



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA**

**Dipartimento di Psicologia dello Sviluppo e della Socializzazione**

**Corso di laurea magistrale in Psicologia di Comunità, della Promozione del Benessere  
e del Cambiamento Sociale**

**Tesi di laurea magistrale**

**Da Like a Log-Out: Studio qualitativo sull'abbandono dei Social  
Network nei giovani adulti**

*From Like to Log-Out: Qualitative Study on young adults quitting Social Network*

***Relatore:***

Prof. Renato Stella

***Laureando:*** Visentin Michael

***Matricola:*** 2048646

Anno Accademico: 2023/2024

## Sommario

<b>Introduzione .....</b>	<b>3</b>
<b>Capitolo 1 - Letteratura sui Social Network.....</b>	<b>5</b>
1.1 La dicotomia attaccamento / dipendenza .....	6
1.2 Legame di attaccamento .....	8
1.3 Gli usi dei Social Network .....	10
1.4 Abbandono.....	13
1.5 Le iniziative di Social Detoxing.....	17
<b>Capitolo 2 - Domanda di ricerca.....</b>	<b>20</b>
2.1 Domanda e ipotesi .....	20
2.2 Partecipanti .....	23
2.3 Materiali .....	24
2.4 Struttura del questionario .....	24
<b>Capitolo 3 – Risultati del questionario.....</b>	<b>27</b>
3.1 Dati sull’utilizzo dei Social Network .....	27
3.2 Dati sui sentimenti verso i Social Network .....	31
3.3 Costruzione dell’intervista .....	34
<b>Capitolo 4 – Interviste.....</b>	<b>37</b>
4.1 Reclutamento dei partecipanti .....	37
4.2 Metodo.....	37
4.3 La fase di iscrizione ed esplorazione dei Social Network.....	39
4.4 Gli usi dei Social Network .....	43
4.5 Percezione della perdita di tempo .....	48
4.6 Influenza dei Social sulla propria vita .....	51
4.7 Relazioni e attaccamento.....	59
4.8 Abbandono dei Social Network.....	64
<b>Conclusioni .....</b>	<b>72</b>
<b>Riferimenti Bibliografici.....</b>	<b>75</b>

## Introduzione

Per quanto particolare, vorrei introdurre questo lavoro partendo da un suo limite. Quando il sottoscritto concordò con il Prof. Stella l'argomento su cui scrivere la propria tesi, entrambi fummo d'accordo nel definirci "le persone meno adatte per svolgere questa ricerca".

Il docente coniò infatti il termine "eremita digitale": entrambi all'epoca non utilizzavamo alcun Social Network, eppure ero molto interessato ad approfondirli. Forse, proprio perché io stesso intrapresi un percorso di abbandono da essi, volevo comprendere le ragioni dietro alla loro smisurata attrattività. Allo stesso tempo intendevo esplorare maggiormente altre motivazioni che possono portare una persona a lasciarli.

Questo significava mettere da parte le proprie credenze, esperienze e preconcetti per approcciare l'argomento con una mente aperta. Un individuo che decide di disisciversi da quasi tutti i Social Network frequentati per anni porta infatti con sé un bagaglio non indifferente di opinioni negative su di essi, come vedremo anche nel capitolo 4, dove sono raccolte le testimonianze di ragazzi che abbiamo intervistato.

Come loro stessi ci hanno detto, le sfaccettature positive e negative dei Social sono due lati della stessa medaglia, ed entrare nel mondo digitale significa accettare entrambe le esperienze. Ci siamo dunque concentrati sulla popolazione di giovani adulti, che è cresciuta al fianco di queste tecnologie, al fine di studiare il loro legame con i Social Network.

Nel capitolo 1 verrà spiegato perché parliamo di legame (in particolare, legame di attaccamento) e non di dipendenza, esplorando la letteratura del settore. Allo stesso modo, verranno illustrati gli utilizzi tipici dei Social Network in base a informazioni e dati attualmente disponibili sulla popolazione italiana. Sono infine proposte ricerche precedenti sull'abbandono o allontanamento da essi.

Abbiamo dunque reclutato e sottoposto diversi partecipanti a un breve questionario con lo scopo di raccogliere dati generali sull'utilizzo delle piattaforme Social, così come i sentimenti nei loro confronti. Metodo e risultati sono presentati nei capitoli 2 e 3.

L'ultimo capitolo si dedica infine all'analisi delle interviste svolte con partecipanti che si sono resi disponibili. In esse hanno approfondito i temi toccati già toccati nel questionario e hanno narrato le loro esperienze di iscrizione, utilizzo e abbandono dei Social Network.

## Capitolo 1 - Letteratura sui Social Network

Questa ricerca è partita da lontano. In fase di brainstorming ed elaborazione dell'idea di partenza, ci eravamo concentrati su un target di popolazione particolare e preciso: individui che, per motivi che avremmo voluto esplorare, avevano completamente rinnegato e abbandonato l'utilizzo di qualsiasi Social Network. Voci fuori dal coro e dalla normalità dell'era contemporanea, che avevamo definito eremiti digitali per la vicinanza della loro scelta ai più conosciuti eremiti. Se questi ultimi si ritirano dal mondo reale per dedicarsi alla contemplazione in solitaria, i nostri eremiti sarebbero stati coloro che si ritirano dal mondo digitale, accessibile tramite dispositivi elettronici. L'isolamento è quindi relativo al vasto panorama di internet, un mondo ormai da tempo dotato di vita propria e che si intreccia con la realtà fisica, nel bene e nel male.

Questa idea si è scontrata con la realtà dei fatti, manifestatasi nella difficoltà di incontrare persone che hanno perseguito questo cammino. I fattori sono diversi: in primis, nonostante il docente che supervisiona questo lavoro ne sia un esempio, il numero di individui che non utilizza, per scelta, alcun Social Network nel 2023 è davvero risicato. Successivamente, era difficile pensare di poter raccogliere un campione significativo nei contesti in cui sarebbe stata condivisa questa ricerca: quello universitario, in cui l'assenza dal web rappresenta una sorte di "morte" sociale, e quello del web. Nonostante possa sembrare paradossale cercare partecipanti allontanatisi da Social Network nei Social stesso, la loro potenza come strumenti di condivisione e raccolta dati è innegabile.

Ciò che è maggiormente interessante e fondamentale nella nostra idea di ricerca, e che è diventato il focus dello studio, sono le motivazioni che portano determinate persone ad abbandonare (o ridurre significativamente) l'utilizzo di questi servizi internet, comprendendone i sentimenti e i fattori fondamentali per la decisione.

Ovviamente, il lavoro è partito da uno studio dello stato dell'arte sul tema Social Network. Per quanto vasto, è stata necessaria una selezione accurata non solo degli articoli, ma dei sottotemi trattati da ciascuno. Il panorama è chiaramente molto vasto e in continuo aggiornamento, e il rischio di arenarci a causa della sua scala era reale.

## **1.1 La dicotomia attaccamento / dipendenza**

La base da cui si è sviluppata questa ricerca non poteva che essere il legame venutosi a creare, nel corso degli anni e con l'avanzare delle tecnologie, tra i media e i loro consumatori.

Fin dalla diffusione della televisione nelle case di maggior parte della popolazione, gli studi sul rischio di una dipendenza dal medium hanno pervaso le pubblicazioni psicologiche sul tema. Già in studi come quello di McIlwraith et al. (1990), circa il 70% dei partecipanti dichiaravano di percepire una dipendenza dalla televisione. Al termine dell'articolo, lo stesso McIlwraith riconosceva, tra i limiti, la necessità di approfondire questo fenomeno ancora poco esplorato. Oggi, invece, suddetta linea di ricerca è molto più aggiornata.

In particolare, da questa continua espansione emerge in letteratura una divisione. All'interno del Web 2.0 (il Web che conosciamo e utilizziamo oggi, in cui l'utente può interagire e modificare i contenuti delle pagine web) e di Social Network, l'interazione e lo scambio di contenuti con altri utenti si sono evoluti, portando gli studiosi a definire con termini diversi il legame che si crea tra la persona e il servizio, e tra la persona e lo strumento di accesso al servizio.

Da un lato, abbiamo le posizioni di stampo neurobiologico e psicologico cognitivo, che interpretano il legame come una dipendenza potenzialmente patologica. Studi come quello di Lepp, Barkley e

Karpinski (2014) indagano gli effetti della “dipendenza da uso del telefono” con un approccio molto simile a quello adottato per altre dipendenze, come fumo, alcool e sostanze. La loro ricerca, condotta nel contesto universitario americano, collegava in particolare l’uso intensivo del telefono a una diminuzione dei risultati accademici (misurati attraverso il GPA americano) e a un aumento dell’ansia. Di conseguenza, l’uso del telefono avrebbe un impatto negativo sulla soddisfazione per la propria vita. Un altro studio di Clayton et al. (2015) ha approfondito gli effetti della separazione da telefono e l’impossibilità di utilizzare il proprio iPhone, osservando aumenti della pressione sanguigna, del battito cardiaco, e di sensazioni di ansia e disagio. I partecipanti percepivano inoltre un decremento delle proprie capacità cognitive.

Questa posizione si fonda sull’idea che i nuovi media producano una doppia mancanza nella persona (Scarcelli, 2019): vengono a mancare sia il “prima”, ovvero lo sviluppo delle relazioni interpersonali in presenza, al di fuori dell’ambiente digitale; sia il “dopo”, ovvero le attività o gli impegni presi dall’individuo, ma ai quali il web ha sottratto il tempo e le energie necessarie.

Il concetto di legame a internet come dipendenza ha indubbiamente preso piede nella letteratura scientifica e, come vedremo nel prossimo capitolo, è stato in parte incorporato anche in questa ricerca. Recentemente, inoltre, l’Istituto Superiore di Sanità ha pubblicato una definizione della Social Media Addiction (2023), che riportiamo a seguire:

“Il passaggio dall’uso dei social network normale a quello problematico si verifica quando il social networking è visto dall’individuo come un meccanismo fondamentale per alleviare lo stress, la solitudine o la depressione. L’uso ininterrotto dei social fornisce da un lato delle ricompense continue ma dall’altro attiva l’isolamento familiare, amicale o lavorativo. Il bisogno incontrollabile di accedere ad informazioni o veicolare i propri contenuti verso terzi è associato come sintomi a quelli delle dipendenze da sostanze o altri comportamenti.”

Tuttavia, non ci si può esimere dall'evidenziare elementi critici di questa visione: Baker et al. (2016) sostengono che la relazione tra Social Network e sintomi di depressione – ricercata nel loro articolo - sia in realtà complicata, e associata a molteplici fattori psicologici, comportamentali, individuali e sociali. Il grado di socialità e collettività del fenomeno Social Network, in particolare, ci impedisce di abbracciare completamente questa posizione nel dibattito. Seppur le dipendenze considerino l'influenza dei pari e altri costrutti sociali come alcuni dei fattori maggiormente rilevanti al loro sviluppo, la loro portata non è paragonabile all'universalità di utilizzo dei Social Network e del web. Come nota Ahn (2016), l'uso delle nuove tecnologie è entrato nella routine della generazione dei nativi digitali, cresciuti al fianco di queste innovazioni e senza esperienza del mondo "precedente", privo di esse (la mancanza di Scarcelli). E' pertanto quasi impossibile discernere uno stile di vita isolato dal mondo digitale, allontanandoci dalle dipendenze che mancano di questa universalità e inevitabilità.

## **1.2 Legame di attaccamento**

In precedenza è stato citato lo studio di Clayton et al., che riportava alterazioni psicofisiche nella persona che doveva separarsi dal proprio telefono cellulare. A chi vive di e per la psicologia, potrebbe essersi illuminata una lampadina, che per il beneficio di tutti dobbiamo condividere.

L'alterazione dello stato della persona di fronte alla separazione dall'oggetto ricorda molto le alterazioni da deprivazione materna, l'allontanamento dalla figura di riferimento studiata da John Bowlby nel secolo scorso. John Bowlby è il padre della teoria dell'attaccamento: una teoria spaziale secondo cui il bambino vive una situazione di comfort e sicurezza quando si trova in prossimità della madre (o una figura di riferimento), e sperimenta stati ansiosi, di tristezza e angoscia quando questa

si allontana. L'attaccamento si sviluppa fin dai primi mesi di vita del bambino. L'esperienza che il bambino vive in questa relazione con la propria figura di attaccamento influenza le relazioni successive e i suoi modelli operativi, principalmente la sua rappresentazione del sé e degli altri.

L'altro lato della ricerca scientifica non configura quindi il rapporto tra persona e ambiente sociale digitale come una dipendenza clinica, ma come un rapporto di attaccamento. L'approccio risulta particolarmente efficace quando la popolazione studiata è quella dei nativi digitali, coloro che, come visto prima, sono cresciuti di pari passo e al fianco di questi ambienti, se non al loro interno. Inevitabilmente anche questa ricerca è andata a esplorare questa fascia di utenti (o non più utenti), che possiamo identificare tra i 18 e i 26 anni nel 2023. Con il passare del tempo, gli estremi di età dei nativi digitali continueranno a espandersi, rendendo più complesso individuare invece i cosiddetti immigrati digitali: persone cresciute senza contatto con il Web 2.0 e le nuove tecnologie, e che hanno dovuto adattarsi, imparandone l'utilizzo in un momento di vita successivo.

Prima di addentrarci oltre, è importante sottolineare che in questo legame di attaccamento digitale la figura "materna" o di riferimento non è il telefono (o il computer), come sarebbe semplice immaginare. L'attaccamento dell'individuo si applica alle diverse relazioni sociali e affettive, espresse dai contenuti multimediali, testi, messaggi conservati nel telefono e richiamabili all'occorrenza. L'hardware non è dunque il fine, l'oggetto che rassicura in quanto tale, ma è il mezzo per accedere ai contenuti importanti per la persona. E, in quanto tale, è su di esso che si concentrano reazioni e stati emotivi al momento della separazione.

Considerando quindi che l'inizio della relazione di attaccamento nei confronti del mondo digitale inizia dal momento in cui la persona inizia ad avere accesso costante a questi servizi (identificabile con l'inizio dell'adolescenza, intorno ai 12-13 anni), possiamo prendere l'equazione dell'attaccamento di Bowlby, e sviluppata successivamente da altri studiosi. Sostituiamo quelle variabili con nuove, rilevanti alla nostra ricerca: tolto il bambino, inseriamo l'adolescente. Tolta la figura materna, inseriamo l'ambiente digitale.

I meccanismi che entrano in gioco differiscono ampiamente, ed è un punto che ci siamo posti di approfondire in questo lavoro. Il rapporto con la figura materna o di riferimento è per certi aspetti naturale e obbligato, ma possiamo dire lo stesso dell'iscrizione ai Social Network? Se non possiamo, diventa importante comprendere perché si arriva a un fenomeno talmente universale. Una volta entrati nel mondo digitale il rischio di perdersi nella sua vastità di contenuti e attività è una realtà con cui fare i conti, per cui come fanno questi giovani a muoversi così facilmente al suo interno, tanto da poterla definire una “base sicura” in cui si rifugiano e si sentono liberi di esprimersi?

### **1.3 Gli usi dei Social Network**

Per comprendere al meglio questo legame di attaccamento, e successivamente le ragioni che possono portare alla separazione dal mondo digitale sociale (in parte o interamente) ci è necessario comprendere cosa lo rende così attraente. Il panorama dei Social Network è in continuo aggiornamento ed evoluzione: nuove funzionalità sono introdotte a ritmi forsennati, nuovi Social nascono (e, in molte circostanze, si estinguono) altrettanto rapidamente nel tentativo di seguire un'onda, e quelli esistenti combattono per la propria sopravvivenza, facendo affidamento alla propria identità distintiva ma non disdegnando, quando possibile, un camaleontico adattamento a funzionalità che spopolano in altri lidi.

Grazie alle brillanti riflessioni di danah boyd (2023), possiamo evidenziare delle strategie applicate dalle aziende per invogliare l'utenza a provare il proprio prodotto. Per esempio, di recente la principale strategia di promozione all'iscrizione è il “blitzscaling”, fondata sul portare nella propria piattaforma un numero elevato di utenti fin da subito, capitalizzando sul desiderio sociale e sulla paura di perdersi qualcosa (FOMO, Fear Of Missing Out). Seppur efficace nell'immediato, boyd

evidenzia come questa strategia porti a un “context collapse”, un collasso del contesto. Ciò significa che gli utenti si iscrivono al Social in massa, iniziano a pubblicare contenuti vastamente diversi e senza guida, non sapendo a cosa esattamente è dedicato il servizio.

Al contrario, la costruzione di Social Network che hanno saputo coltivare un contesto e delle norme ben definite, ha permesso a questi di far crescere stabilmente la propria popolazione e di espandersi nel tempo, potendo introdurre nuove funzionalità ma mantenendo un’identità distintiva di base. Ripensando ai Social Network che utilizziamo più comunemente, ognuno di noi può forse individuare almeno un motivo specifico per cui viene regolarmente utilizzato, oltre a motivi più generali che evidentemente esploreremo più volte nel corso di questo lavoro.

Questo ci porta dunque agli usi principali che l’utenza fa dei Social Network, rendendoli un mondo a cui molti sono fortemente legati. Faremo riferimento al report annuale di wearesocial.com, con il loro report Digital 2023, il quale porta alla luce i dati di utilizzo dei Social Network (oltre che Internet in generale) per quanto riguarda l’anno 2022 (al momento della scrittura di questa tesi, Digital 2023 è il report più recente, motivo per cui prenderemo questi dati). L’importanza di questi dati non è data solo dalla loro vicinanza temporale, ma anche dal loro rilevamento nel contesto italiano, che ci permetterà di utilizzarli come confronto per alcune misurazioni eseguite nel corso della ricerca, oltre che per la loro vicinanza e rilevanza culturale.

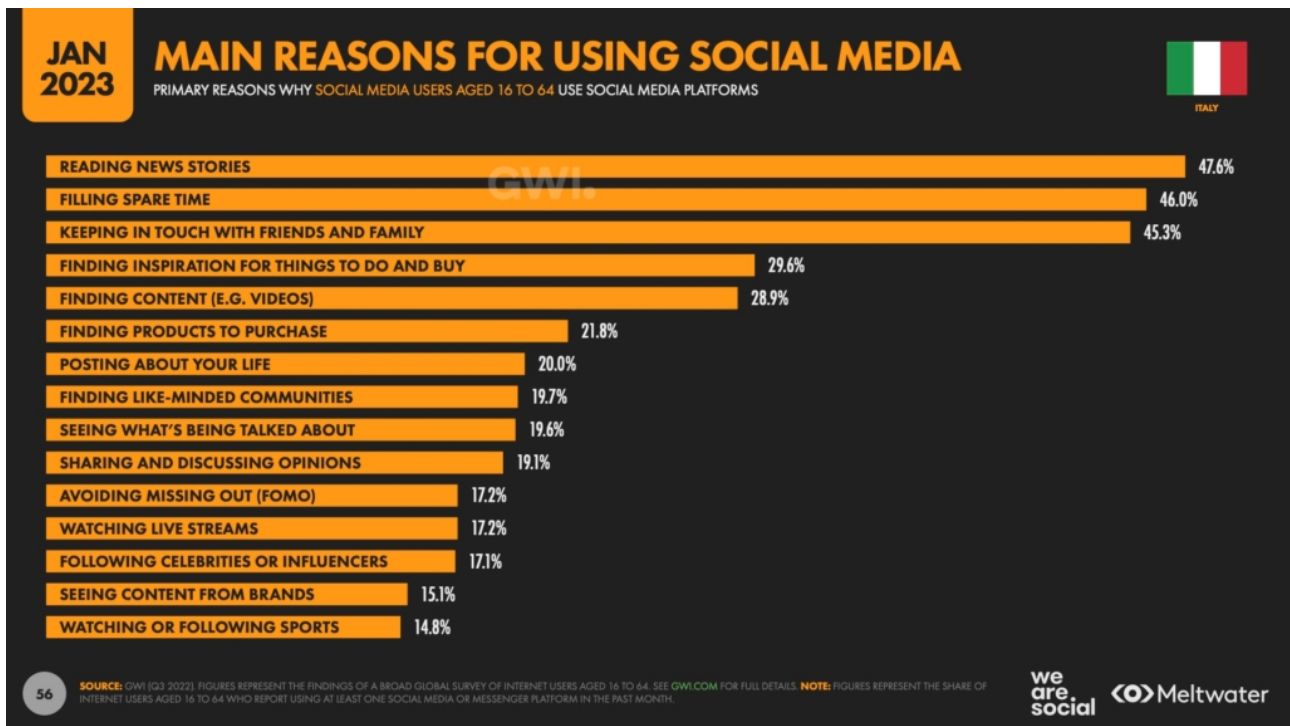


Figura 1

Osservando questa diapositiva della presentazione (Figura 1), dedicata proprio agli utilizzi principali delle piattaforme Social riportati dai partecipanti, emergono tre modalità d'uso chiaramente favorite su tutte le altre: la lettura di notizie, e quindi l'informazione (47,6%), passare il tempo libero (46%), e mantenersi in contatto con amici e famiglia (45%). Si assestano sul 30% circa la ricerca di contenuti multimediali e di attività, o prodotti da acquistare.

Quello che possiamo osservare da questi dati sono differenze percentuali tra le attività che definiscono il tipico utente prosumer. Il termine prosumer è una combinazione di producer, ovvero colui che produce contenuti e li pubblica, e consumer, colui che "si nutre" guardando contenuti altrui. Le attività tipiche del consumatore di contenuti, che in questo caso possiamo individuare nell'informazione, riempire il tempo libero e scoprire contenuti si attestano dal 30% circa in su. Nella parte più bassa del grafico individuamo le ramificazioni specifiche di questi comportamenti, quindi chi cerca video si divide successivamente in chi guarda trasmissioni in diretta, celebrità o influencer, contenuti di brand o sport (15-17% a testa). Al contrario, le attività tipiche del produttore di contenuti vengono praticate al massimo da un quinto della popolazione raggiunta: pubblicare contenuti sulla propria vita, cercare

gruppi o comunità con interessi e ideologie comuni, condividere le proprie opinioni si attestano tutte nello stesso punto percentuale, tra il 19 e il 20%.

Riutilizzeremo altri dati di Digital 2023 nei successivi capitoli della tesi, ma per il momento ci siamo focalizzati in particolare sugli utilizzi per comprendere le basi dell'attrattiva dei Social Network, nonché alla base dei disagi che possono generare.

## **1.4 Abbandono**

Il termine “abbandono” assume molteplici declinazioni nell'ambito dei Social Network. Distinguiamo innanzitutto tra abbandono spontaneo e abbandono forzato dei media digitali. Storicamente, la letteratura scientifica si è focalizzata sull'abbandono forzato, andando ad analizzare situazioni che impedivano l'utilizzo dei servizi digitali, o creandone di artificiose.

In primis, ricerche come quelle di Hoffner et al. (2016), Paasonen (2021) e Lee et al. (2014) si concentrano sulle occasioni in cui un incidente ne ha impedito l'uso, come la rottura del dispositivo, un blackout, l'impossibilità di connettersi per difficoltà tecniche. Il loro studio del fenomeno si concentra sul racconto a posteriori dei partecipanti.

Altre ricerche, come Tromholt (2016), Stieger e Lewetz (2018), Hall et al. (2021) richiedevano ai partecipanti di rinunciare volontariamente ai Social Network per un periodo di tempo determinato, raccontandone l'esperienza. Anche l'esperimento di Stella (2022) in ambito nostrano propose a studenti universitari di rinunciare al proprio smartphone per una settimana, mantenendo un diario scritto in quell'arco temporale, con le proprie riflessioni.

Per quanto interessanti, queste linee di ricerca mostrano differenze legate a struttura e scopo, che le rendono per certi versi incompatibili con la nostra. Nonostante alcuni temi comuni inevitabilmente emergano, dato il punto di partenza (l'abbandono), questi studi si sono concentrati sul distacco dall'hardware (lo strumento fisico) che permette la connessione ai Social Network. Sono pertanto ricerche più di ampio respiro che escludono ulteriori funzionalità tipiche di smartphone o computer dalla quotidianità dei partecipanti, portando a risultati diversi. Mentre queste ricerche hanno lavorato sul distacco dal mezzo per accedere alle relazioni sociali, questo lavoro si propone di studiare il distacco dal fine ultimo, il servizio e le relazioni con cui l'individuo forma un legame di attaccamento. Inoltre, come sostenuto in precedenza, questi sono studi in cui l'abbandono è forzato, in un modo o nell'altro. Il nostro interesse è esplorare l'abbandono spontaneo, che non ha la fortuna di condividere una presenza in letteratura altrettanto corposa. Ciononostante, possiamo individuare ricerche mirate a esplorare fenomeni antecedenti all'abbandono.

Nella letteratura scientifica si è fatto largo un filone di ricerca dedicato a un fenomeno definito "Social Networking Service (SNS) fatigue", che tradurremo in "affaticamento da SNS". Dal punto di vista clinico, l'affaticamento ha una definizione chiara come "sensazione soggettiva e spiacevole di stanchezza, con dimensioni multiple che variano in durata, spiacevolezza e intensità" (Piper et al., 1987). Nel 2014, Ravindran et al. condussero uno studio qualitativo per concettualizzare l'affaticamento da Social Network, proponendo la seguente definizione:

"Un'esperienza utente soggettiva e multidimensionale che comprende sentimenti come stanchezza, fastidio, rabbia, delusione, cautela, perdita di interesse o ridotta necessità/motivazione associata a vari aspetti dell'uso e delle interazioni sui social network."

Le stesse funzionalità e utilizzi dei Social Network che abbiamo visto in precedenza e che li rendono così popolari, hanno ovviamente un altro lato della medaglia, che porta gli utenti a esperire stati psicologici, emotivi e fisiologici negativi. In particolare, dalla ricerca di Zhang et al. (2016) emergono

tre modalità attraverso cui i Social Network possono causare affaticamento all'utente: sovraccarico sociale, sovraccarico di informazioni e sovraccarico di sistema.

Il sovraccarico sociale, proposto inizialmente da McCarthy e Saegert, applicato nel mondo virtuale si traduce nella sensazione di dover rispondere a troppe "richieste sociali" (contatto, discussione) da amici. Di conseguenza, l'utente percepisce di dover spendere troppo tempo ed energie per mantenere le proprie relazioni. Il sovraccarico da informazioni fa riferimento all'enorme quantità di informazioni pubblicate in ogni istante sui Social Network, in contrasto alla limitata capacità della persona di processarle. Il sovraccarico di sistema, o tecnologico, infine, è l'affaticamento e le difficoltà incontrate dagli utenti nel doversi adeguare alle novità costantemente introdotte dai servizi, con nuove funzionalità da apprendere.

A questi fattori, la ricerca di Xiao et al. (2019) ne aggiunge due. A causare affaticamento, e di conseguenza un potenziale abbandono, è anche il paragone sociale: ogni persona percepisce un livello di necessità di valutare le proprie opinioni e abilità. Se non ci sono criteri oggettivi disponibili, i riferimenti diventano pensieri e comportamenti di altri (Festinger, 1954). I Social Network rappresentano ovviamente campo fertile per il paragone sociale, in quanto facilitano la condivisione di informazioni su sé stessi, sia a livello testuale che multimediale. Diventa quindi inevitabile, come vedremo anche nei risultati di questa ricerca, comparare la propria vita alla vita "pubblica" condivisa da altri utenti. Alcune ricerche hanno già dimostrato la correlazione tra il paragone con modelli attrattivi e l'incremento di stati di depressione e ansia (Lee et al., 2014), e stress causato dal paragone con utenti con carriere apparentemente più di successo (Haferkamp et al., 2011).

Similarmente, ha un ruolo anche la sorveglianza sociale: se ci riflettiamo attentamente, i Social Network sono in parte fondati sulla premessa della sorveglianza, in quanto permettono (e a volte sollecitano) di tenere traccia delle proprie conoscenze. Questo si traduce in mantenere il contatto attraverso interazioni digitali, ma anche in azioni maggiormente di controllo. Funzioni come la visualizzazione dello stato di un utente sui diversi servizi (poter sapere se è "online" o meno), e la

cronologia delle sue attività permettono di eseguire una vera e propria sorveglianza digitale su una persona, arrivando a ricostruire la sua quotidianità e prevedere gli orari della giornata in cui sarà disponibile o meno. Lo studio di Park et al. (2015) evidenzia come utenti che conducono maggiormente questa attività di sorveglianza sociale si espongano maggiormente a un uso intensivo ed eccessivo dei Social Network, e la ricerca già citata di Xiao et al. ha confermato questi risultati.

Chiaramente, i fattori che portano all'abbandono dei Social Network non si limitano all'esperienza di affaticamento dai servizi. Una panoramica comprensiva richiederebbe di estenderci nell'ambito di caratteristiche individuali e di personalità che non rientrano nello scopo di questa tesi. Il nostro interesse si rivolge a quei fenomeni e motivazioni sociali che possono portare alla scelta di abbandonare (o ridurre moderatamente) la propria presenza nel mondo digitale, come vedremo nei prossimi capitoli. Tuttavia, possiamo citare altre motivazioni che saranno rilevanti per il proseguimento del lavoro.

Alcuni gruppi di persone si allontanano da queste piattaforme con l'idea e intenzione di riprendere il controllo della propria vita, cercando un maggior equilibrio tra vita "reale" e vita digitale (Morrison e Gomez, 2014). Altri percepiscono che i Social Network abbiano conseguenze negative sulla propria quotidianità: dalla perdita di tempo reindirizzabile in altre attività, alla minaccia della privacy (Neves et al., 2015).

Un'altra motivazione di stampo sociale è quella della "resistenza", il desiderio di opporsi alla nuova normalità che si estende a tutto il globo. Diventa anche il desiderio di opporsi alle grandi aziende che controllano le piattaforme social. Paradossalmente, questi che spesso si manifestano come movimenti di attivismo, assumono un reale significato e valenza solo quando l'abbandono del mondo digitale è dichiarato, pubblico, condiviso. Spesso questa condivisione deve passare, per questione di visibilità, attraverso gli stessi servizi che si stanno denunciando e abbandonando.

## 1.5 Le iniziative di Social Detoxing

Questo ci porta inevitabilmente a evidenziare un ultimo aspetto utile allo scopo di questa tesi, e che emerge sia nella letteratura, sia nel web non di stampo scientifico. E' quello della "disintossicazione" da Social Network: una pratica emersa già da anni e che va a espandersi parallelamente ai servizi che combatte, volta a portare consapevolezza sull'utilizzo dei media digitali e ridurre l'utilizzo problematico. La denominazione stessa dell'atto indica un chiaro riferimento alla corrente che vuole considerare l'uso eccessivo di Social Network come una dipendenza patologica, al pari di altre dipendenze definite a livello clinico. Risulta inevitabile, in quanto è la corrente prediletta anche dalla narrazione scientifica, giornalistica e che termina nelle case (e nei dispositivi) di tutti (Scarcelli, 2019).

Le iniziative di "Social Detoxing" diventano quindi un sistema di supporto, simile ai gruppi che si formano per altre dipendenze, in cui trovare conoscenze, motivazione e sostegno nell'abbandonare uno stile di vita digitale che si ritiene eccessivo. Le alternative non mancano, dai gruppi e associazioni dedicate alla tematica, a professionisti, ad applicazioni stesse che, scaricabili via internet, permettono di porre un limite temporale di utilizzo e "forzare" l'allontanamento dai Social una volta raggiunto il tempo massimo.

Le motivazioni individuate dalla letteratura si rifanno principalmente a tre domini principali (Syvertsen, 2020): presenza, produttività e privacy. Il primo dominio si basa sul presupposto che l'interazione faccia a faccia sia più autentica della comunicazione online, e che i media digitali siano quindi una distrazione. Com'è intuibile, la distrazione causata dai Social, che allontana gli individui dalle attività lavorative, è il fulcro delle motivazioni nel dominio della produttività. Infine, le persone

possono cercare di proteggersi dalla diffusione di informazioni personali nel web, e sono scettiche della mancanza di trasparenza sugli usi dei propri dati.

Non possiamo tuttavia affermare che i movimenti di Social Detoxing abbiano preso piede quanto (forse) desiderato: rimangono una subcultura, su cui a volte aleggia un atteggiamento elitista (Stella, 2022), in cui i protagonisti rivendicano la loro distanza dalla normalità e si rifanno a una cultura diversa. Seguendo la lettura di Ribak e Rosenthal (2014), nell'era ormai da secoli in cui l'uomo adatta le macchine in funzione dei propri bisogni addomesticandole (e in questo, la costruzione dei Social Network non fa eccezione), i movimenti di Social Network resistono alla seduzione delle tecnologie, in un processo definito di re-addomesticamento.

Il gruppo dei “digital detoxers” deve essere visto come un gruppo che si rifà a motivazioni multiple e slegate (Syvertsen, 2020), ma i cui membri posseggono un'aspirazione comune: raggiungere degli obiettivi prefissati, importanti per loro. Da questo punto di vista, la disintossicazione da Social è un metodo per soddisfare ruoli sociali e responsabilità personali (Moe et al., 2021).

Va citato anche il fenomeno, emerso negli ultimi anni, del “turismo detoxing”. Come abbiamo visto in precedenza, la costante connessione a servizi online può portare ad affaticamento, dal quale si genera il desiderio di disconnettersi. Qui il mondo del turismo ha trovato campo fertile, creando negli ultimi anni un prodotto di crescente interesse: il “digital-free tourism” (DFT), definito da Li et al. (2018) come “luoghi turistici dove internet e la connessione mobile sono limitati, e l'uso delle tecnologie digitali è controllato”. Le forme che assume il turismo detoxing sono varie e in espansione, in cui il controllo sull'uso dei dispositivi tecnologici può essere artificiale o indotto dall'ambiente naturale. E' dunque una nicchia del turismo chiaramente in evoluzione di pari passo con la necessità di essere perpetuamente connessi, e per questo sta catturando interesse anche nella ricerca scientifica.

La dinamica della disintossicazione dai Social Network rimane poco conosciuta a livello internazionale, motivo per cui abbiamo deciso di verificarne la familiarità con il nostro campione, nella ricerca che verrà dettagliata nel seguente capitolo.

## Capitolo 2 - Domanda di ricerca

Come accennato all'inizio del capitolo 1, l'idea di partenza dello studio, mirata nello specifico a persone definibili come "eremiti" dei Social Network, si è subito scontrata con le difficoltà di reperimento di un campione valido per condurre una ricerca qualitativa.

Pertanto la costruzione si è spostata dallo studio esclusivo di questa categoria di individui, a un approccio più generale e inclusivo delle modalità di utilizzo dei Social Network. Al centro della domanda di ricerca sono rimasti il tema dell'attaccamento ai Social e l'abbandono. Nell'interesse di poter osservare e raccogliere quante più sfumature possibile dei fenomeni appena citati, abbiamo fin da subito optato per una modalità di ricerca qualitativa, basata su interviste in profondità che ne potessero approfondire i vari aspetti.

### 2.1 Domanda e ipotesi

Il lavoro è riassumibile in due domande di ricerca non mutuamente esclusive, bensì fluide e correlate tra di loro:

1. Esiste un legame di attaccamento tra l'individuo e i Social Network? Se sì, quanto è importante e come si manifesta?
2. Quali sono le motivazioni, sociali e individuali, che portano un soggetto ad abbandonare uno (o più) Social Network? Quali sono le difficoltà incontrate nel prendere e mettere in atto questa decisione?

Queste due domande di ricerca sono state conciliate costruendo una successione ragionata di utilizzo dei Social Network, fondata sulla letteratura illustrata in precedenza. E' stata definita come un continuum all'interno del quale si posiziona ogni singolo partecipante in base al numero di Social Network frequentati, da cui si può ipotizzare la forza del legame di attaccamento e le motivazioni che hanno portato all'eventuale abbandono di determinati servizi. All'interno del continuum che va dall'estremo in cui non vengono utilizzati Social Network, a quello in cui vengono utilizzati molti Social, abbiamo individuato quattro aree entro cui inserire i vari soggetti:

1. In primis, la categoria di utenti che fa un uso intensivo di Social Network. Qui il legame di attaccamento verso i Social risulta essere più sviluppato e da esso l'individuo dipende maggiormente. E' un gruppo di utenza che ipotizziamo necessiti di una connessione istantanea e perpetua all'hardware e al web in quanto nodi di accesso a relazioni interpersonali, archivi multimediali e funzionalità varie. La presenza delle proprie conoscenze e dei propri gruppi di appartenenza nel mondo virtuale impedisce ai soggetti di lasciare questi servizi.
2. La seconda categoria rispecchia la prima per usi e motivazioni, ma i suoi individui hanno selettivamente abbandonato determinati Social Network. Ipotizziamo che questo sia motivato dalla volontà di imitare una decisione simile presa dai propri circoli sociali. Esperienze negative personali possono inoltre giocare un ruolo importante. Rimane tuttavia presente un forte legame di attaccamento, che rende i Social necessari nella vita quotidiana.
3. Nella terza categoria includiamo utenti per cui il legame di attaccamento non è altrettanto potente e incisivo. I Social non sono più un servizio fondamentale, bensì utile in quanto facilitatore del contatto con amici, colleghi e famiglia. I soggetti appartenenti a questa categoria possono aver intrapreso un cammino di abbandono per diversi motivi, ma non escludiamo che abbiano selezionato con cura i siti da frequentare.
4. Infine, l'ultima categoria è quella degli "eremiti", ovvero individui che hanno consapevolmente preso la decisione di vivere e mantenere le proprie relazioni senza mai

ricorrere ai Social Network. E' da considerare la possibilità che persone appartenenti a questa categoria soffrano di ritiro sociale, e l'assenza dal panorama digitale può esserne sia causa che conseguenza. Rifacendoci alla quadripartizione di Wyatt e Terranova (2002), possiamo suddividere i non iscritti ai Social Network in:

- a. Resistenti: individui che non hanno accesso a una tecnologia e non la vogliono;
- b. Rinunciatari: individui che hanno provato una tecnologia e l'hanno lasciata volontariamente;
- c. Espulsi: individui che avevano accesso alla tecnologia ma l'hanno perso per svariati motivi;
- d. Esclusi: individui che non hanno mai avuto accesso alla tecnologia.

Per gli scopi dello studio ci rifaremo soprattutto alle categorie di resistenti e rinunciatari, in quanto soggetti che hanno deciso di non sfruttare l'accesso ai Social Network, nonostante ne avessero possibilità.

Al fine di raccogliere un numero maggiore di testimonianze per approfondire entrambi i punti della ricerca, abbiamo abbandonato la struttura basata sul reclutamento dei partecipanti per la sola intervista in profondità. E' stato di conseguenza introdotto un questionario con due funzioni principali:

1. Costruire un campione, all'interno del quale i partecipanti si sono offerti di partecipare alla futura intervista;
2. Ottenere dei dati di partenza sui fenomeni a cui la ricerca si interessa, permettendo di costruire un background entro cui costruire l'intervista. I dati emersi dal questionario saranno riportati nel capitolo 3.

Di conseguenza è stato sviluppato un questionario breve, di qualità esplorative, con la richiesta ai partecipanti di indicare la disponibilità a svolgere un'intervista di approfondimento sui temi toccati in un secondo momento.

## **2.2 Partecipanti**

Il questionario è stato somministrato a partecipanti di età compresa tra i 18 e i 27 anni, senza ulteriori restrizioni. Il campione è stato costruito attraverso una raccolta dati svolta in prima persona, condividendo il link del questionario partendo da conoscenti nella regione Veneto, ampliandosi poi tramite campionamento a valanga. E' stato condiviso anche in specifiche pagine e gruppi all'interno di Social Network, al fine di contare su un campione di dati ampio ed eterogeneo.

Al questionario hanno risposto 274 partecipanti, di cui 169 femmine, 102 maschi, 1 non-binary e 2 che non hanno indicato il proprio genere. Di questi, 43 sono stati esclusi dall'analisi dati per limiti d'età (12 partecipanti erano minorenni, e altri 31 eccedevano l'età massima). Inoltre, ulteriori 17 partecipanti hanno negato il consenso al trattamento dei dati.

Di conseguenza, il campione finale si è composto di 214 partecipanti.

Per lo svolgimento dello studio ogni partecipante ha letto e accettato il consenso informato a inizio e fine questionari, insieme al consenso al trattamento dei dati.

## **2.3 Materiali**

Gli unici requisiti per l'accesso alla ricerca erano una connessione internet e un dispositivo come smartphone o Personal Computer, per poter caricare correttamente il link Forms Google, piattaforma su cui è stato redatto il questionario.

## **2.4 Struttura del questionario**

Il questionario è stato suddiviso in tre sezioni principali, esclusa quella introduttiva dedicata all'illustrazione della ricerca e al consenso informato.

La prima sezione era dedicata alla raccolta di dati sull'utilizzo dei Social Network. La prima domanda chiedeva ai partecipanti di selezionare quali, tra i seguenti servizi Social, utilizzassero allo stato attuale: WhatsApp; Facebook; Instagram; Telegram; TikTok; Twitter (ora X); YouTube; Pinterest; LinkedIn; Snapchat; Discord; Reddit; Skype; altro (con casella di testo per specificare). Questa selezione di risposte è stata decisa basandosi ancora una volta sul report Digital 2023, in particolare sui dati relativi ai Social Media più utilizzati dalla popolazione italiana (16-64 anni), visibili in Figura 2.

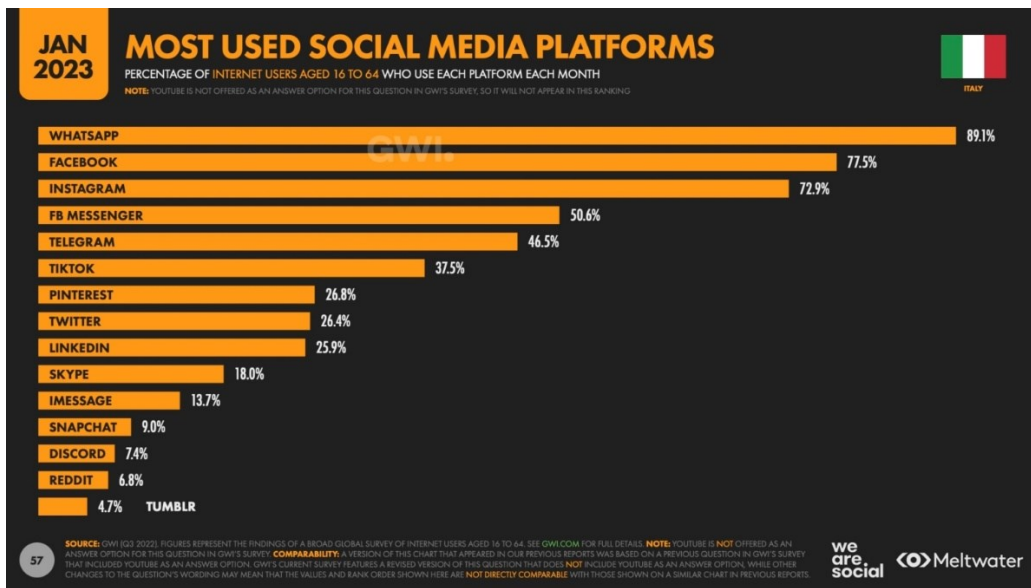


Figura 2

Come possiamo vedere, rispetto ai Social Network presenti nella Figura 2, sono stati esclusi: Facebook Messenger, in quanto estensione di Facebook e non ritenuto un servizio a sé stante; e iMessage, in quanto Social Network disponibile solo su dispositivi mobile con sistema operativo iOS (iPhone).

Successivamente, si è chiesto ai partecipanti di indicare se in passato avessero abbandonato uno o più Social Network, chiedendo di indicarne il nome attraverso l'apposita casella di testo.

Le ultime due domande del Blocco 1 si sono focalizzate sul tempo di utilizzo, chiedendo prima quanto tempo al giorno il partecipante dedicasse ai Social Network, con possibilità di scegliere: meno di un'ora; tra una e due ore; tra due e tre ore; più di tre ore. Il ventaglio di risposte è sembrato adeguato considerando la media italiana di tempo giornaliero passato sui Social Network, di 1 ora e 48 minuti.

Infine, si è chiesto quanto spesso utilizzassero i Social come servizi di:

- Intrattenimento: consumo e/o produzione di contenuti multimediali (per esempio: Reel di Instagram, post a scopo non informativo o divulgativo);
- Informazione: ricerca (attiva o passiva) di informazioni relative a più campi, come attualità, politica, sport, ecc.;

- Interazione con altri utenti: scambio di messaggi (a qualunque fine) con utenti come familiari, amici e/o conoscenze.

Queste 3 categorie si rifanno alle modalità di utilizzo osservate e riportate nel capitolo 1.

Il Blocco 2 poneva invece l'attenzione sui sentimenti dei partecipanti in relazione ai Social Network. In primis è stato chiesto ai partecipanti, attraverso due domande a risposta Sì/No, se percepissero un problema personale di dipendenza dai Social Network, e se si sentissero mai sopraffatti o stressati da essi.

Successivamente, due domande hanno esplorato il tema dell'influenza esercitata dai Social Network sulle vite dei partecipanti, chiedendo sia se ne esercitassero una positiva, che una negativa. I partecipanti hanno potuto indicare come risposte "No, per nulla"; "Sì, hanno un'influenza leggermente positiva/negativa"; "Sì, hanno un'influenza molto positiva/negativa".

Infine, tre domande hanno esplorato il desiderio di limitare l'utilizzo dei Social Network, chiedendo prima se un desiderio simile fosse mai stato percepito ("No, mai"; "Sì, ogni tanto"; "Sì, spesso"); se avessero preso iniziative a questo fine ("No"; "Solo temporaneamente"; "Sì, ma senza raggiungere l'obiettivo"; "Sì, con successo"); e se fossero a conoscenza di movimenti di Social Detoxing ("No, non ne sono a conoscenza"; "Ne ho solo sentito parlare"; "Sì, mi sono informat\* sui movimenti").

Il Blocco 3, infine, ha raccolto dati demografici quali età e genere. Si è inoltre chiesto ai partecipanti la disponibilità a svolgere un'intervista approfondita sui temi trattati. In caso di risposta affermativa, è stato richiesto un recapito telefonico e/o e-mail per contattarli. E' stato infine chiesto il consenso al trattamento dei dati.

## Capitolo 3 – Risultati del questionario

### 3.1 Dati sull'utilizzo dei Social Network

Come riportato nel capitolo 2, il numero finale di compilazioni del questionario “Ricerca sull’attaccamento verso i Social Network” è arrivato a 214. Questi dati hanno costituito quindi la base per la nostra analisi di sfondo, necessaria per costruire l’intervista che avremmo condotto nella fase successiva.

I 214 partecipanti si dividono in 125 femmine, 86 maschi, 1 non-binary e 2 dal genere non specificato.

L’età media del campione è di 21.42 anni ( $SD = 2.52$ ).

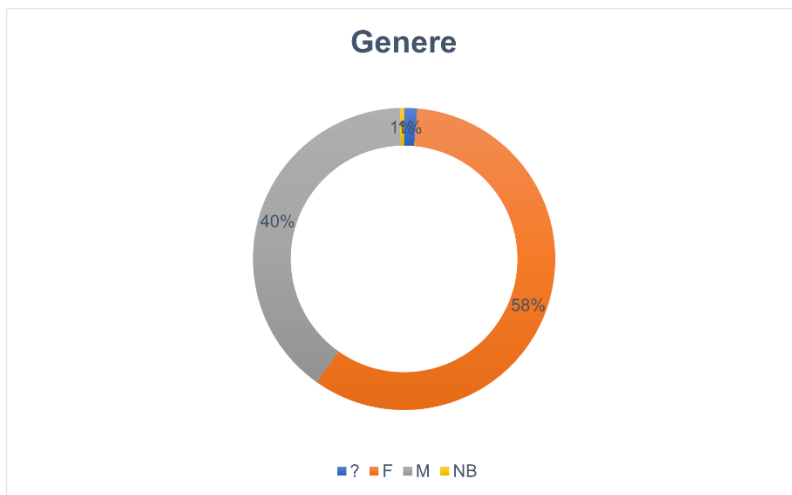


Grafico 1: Distribuzione di genere.

Nel primo blocco del questionario, i soggetti hanno risposto a varie domande relative all’utilizzo dei Social Network. In primis, il 43% dei partecipanti ha dichiarato di accedere regolarmente a 5 o 6 Social Network (rispettivamente, 23% e 20%). Un ulteriore 30% ha dichiarato di utilizzarne 3 o 4 (15%, 15%), mentre un numero minore (17%) fa uso di 7 o 8 SNS (10%, 7%). Agli estremi, troviamo

un unico soggetto che ha dichiarato di utilizzare solo un Social, mentre tre utilizzano 10 SNS. Nessuno ha dichiarato un numero maggiore, o di non fare uso alcuno di Social Network. In media, la popolazione maschile utilizza più SNS di quella femminile ( $M^M = 5.47$ ,  $M^F = 5.09$ ). Il numero di Social usati sembra bilanciarsi bene tra le diverse età riportate senza particolari differenze, come mostrato dal Grafico 2.

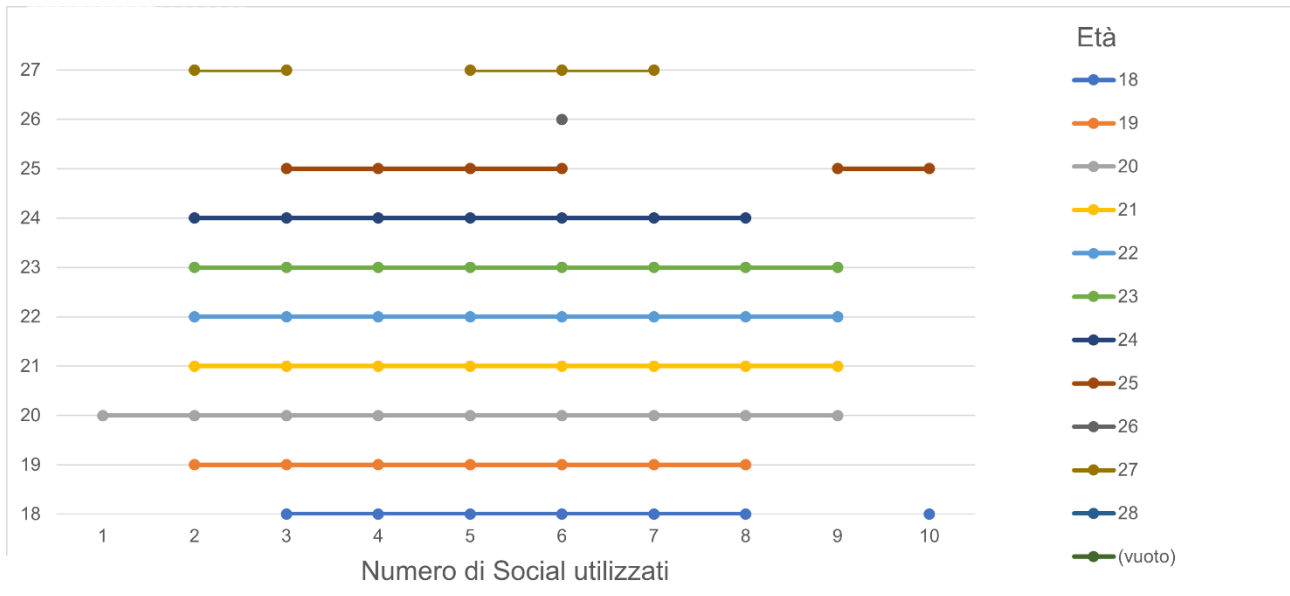


Grafico 2: distribuzione del numero di Social Network utilizzati per età.

A questo proposito, risultano interessanti le statistiche su quali servizi vengano utilizzati maggiormente dal nostro campione. Ben 210 e 213 rispondenti rispettivamente hanno confermato l'utilizzo di Instagram e WhatsApp. Le ragioni di tale unanimità emergeranno come tema prorompente nelle interviste svolte ed elaborate nel capitolo 4. Al terzo posto si inserisce YouTube, elencato tra i Social utilizzati regolarmente da 178 partecipanti (83%). Dopo questi Social si crea un distacco importante che porta al 39% e 50% rispettivi di Facebook e TikTok. Un ulteriore grande passo conduce a una fascia tra il 13% e il 20% che include (in ordine decrescente) Pinterest, Twitter (X), Discord, Snapchat e LinkedIn.

Passando ai Social Network abbandonati, le statistiche sembrano capovolgersi. Snapchat risulta infatti essere il servizio lasciato da più utenti (43), un numero superiore a quello degli utenti che

ancora lo utilizzano (32). Facebook condivide un destino simile, incluso in 27 risposte (13%). Al contrario, i tre Social maggiormente utilizzati (WhatsApp, Instagram e YouTube) sono stati raramente citati, rispettivamente da 0, 1 e 5 persone. Questi dati sono rappresentati nei Grafici 3 e 4.

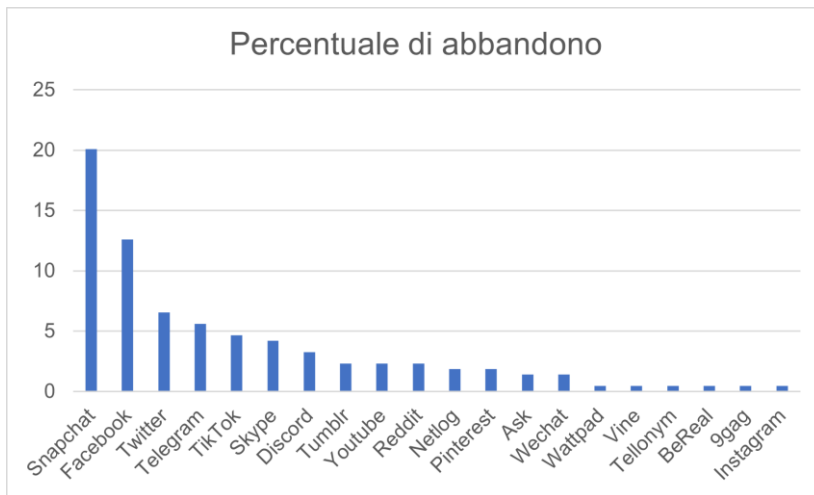


Grafico 3: percentuali di abbandono dei Social Network indicati.

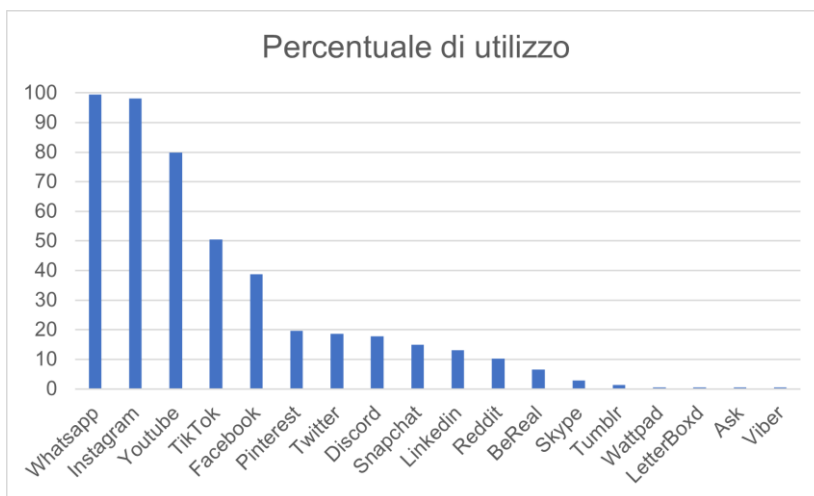


Grafico 4: percentuali di utilizzo dei Social Network indicati.

Successivamente, ai partecipanti era stato chiesto di approssimare le ore al giorno impiegate navigando sui Social Network: solo 7 di loro hanno dichiarato di spenderci meno di un'ora al giorno (3%). La maggior parte del campione si è collocato nelle tre risposte successive. 74 partecipanti hanno dichiarato di passare tra una e due ore (35%), 82 hanno selezionato l'opzione "tra le due e le tre ore" (38%), mentre 51 hanno confermato di utilizzare i SNS per più di tre ore al giorno (24%). Abbiamo osservato una correlazione negativa (-0.20) tra l'età e il numero di ore passate sui Social Network:

sembra quindi che all'aumentare dell'età si associ una riduzione del tempo di utilizzo (ma non del numero di servizi a cui si accede).

Osservando il Grafico 5, notiamo come il tempo di utilizzo possa essere influenzato dal numero di Social frequentati, o viceversa: chi ha dichiarato di spendere un'ora o meno al giorno utilizza infatti tra i 2 e i 6 Social. Al contrario, chi fa un utilizzo massiccio raggiunge anche i 10 Social Network, con la moda a 7.

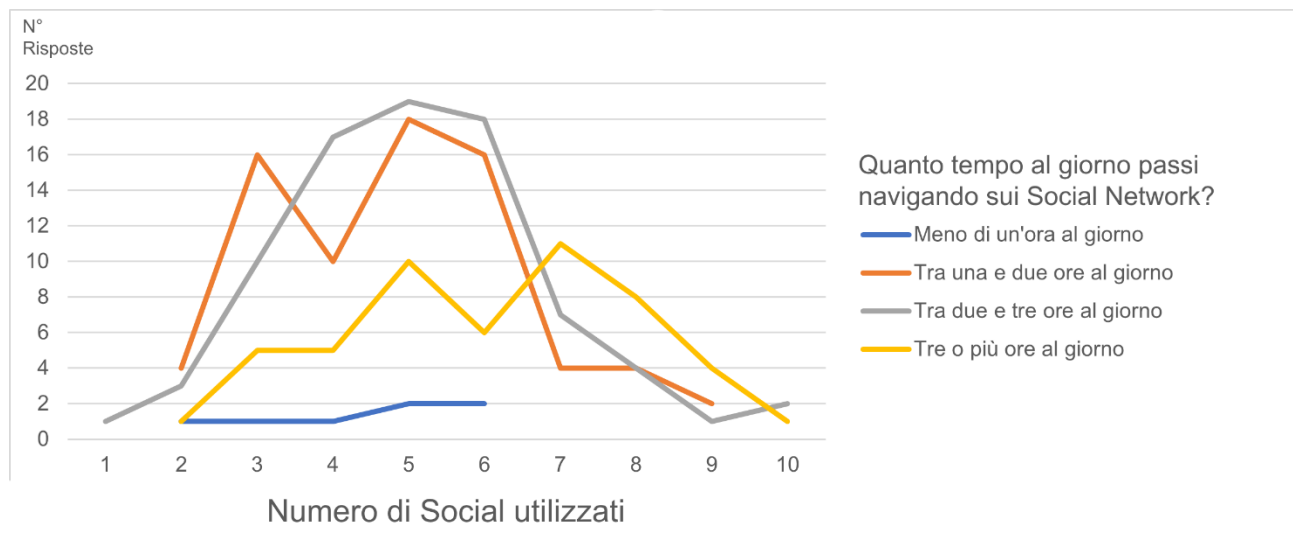


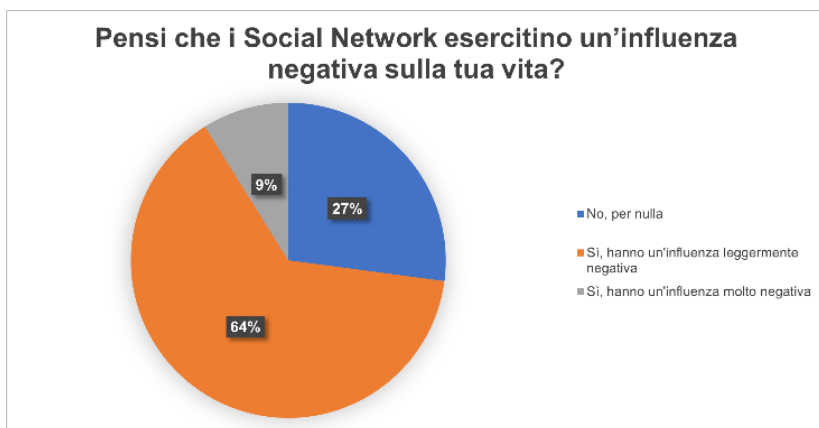
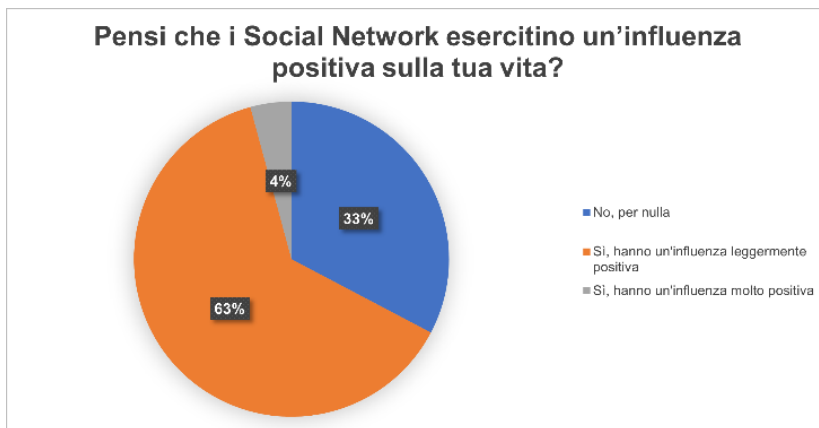
Grafico 5: legame tra numero di Social e tempo di utilizzo.

Infine, i partecipanti dovevano indicare quanto spesso utilizzassero i Social come fonte di intrattenimento, informazione e interazione, secondo una scala di frequenza (mai, raramente, moderatamente, spesso). Nei casi di intrattenimento e interazione, più della metà dei partecipanti (rispettivamente, 62% e 57%) hanno selezionato l'opzione spesso. Per quanto riguarda l'utilizzo come mezzi di informazione, il campione ha risposto più di frequente con "moderatamente" (50%), mentre l'opzione spesso si è fermata al 35%. In generale sono state preferite le risposte che indicavano un uso più assiduo: 91% del campione ha dichiarato di utilizzare moderatamente o spesso i Social Network come fonte di intrattenimento, il 90% come mezzi di interazione, e l'85% come mezzi di informazione.

### 3.2 Dati sui sentimenti verso i Social Network

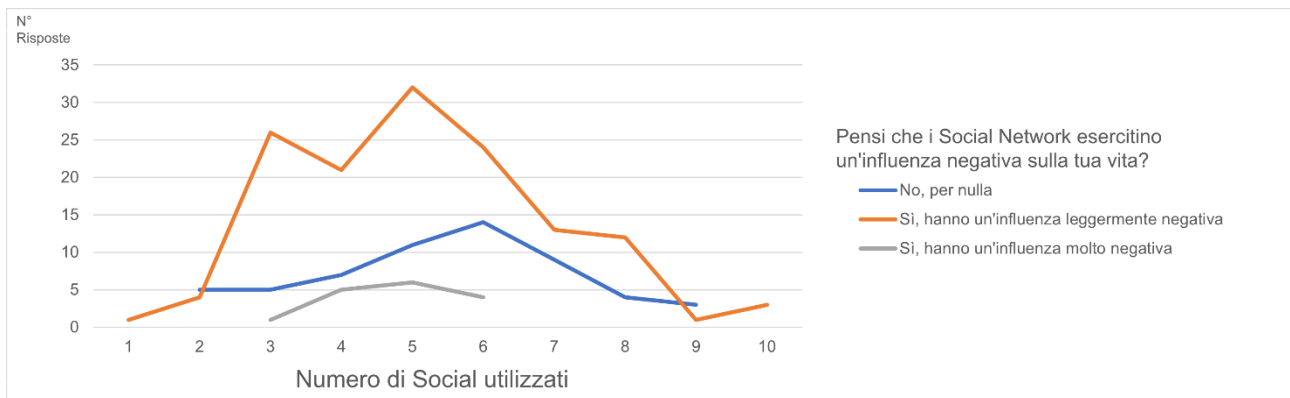
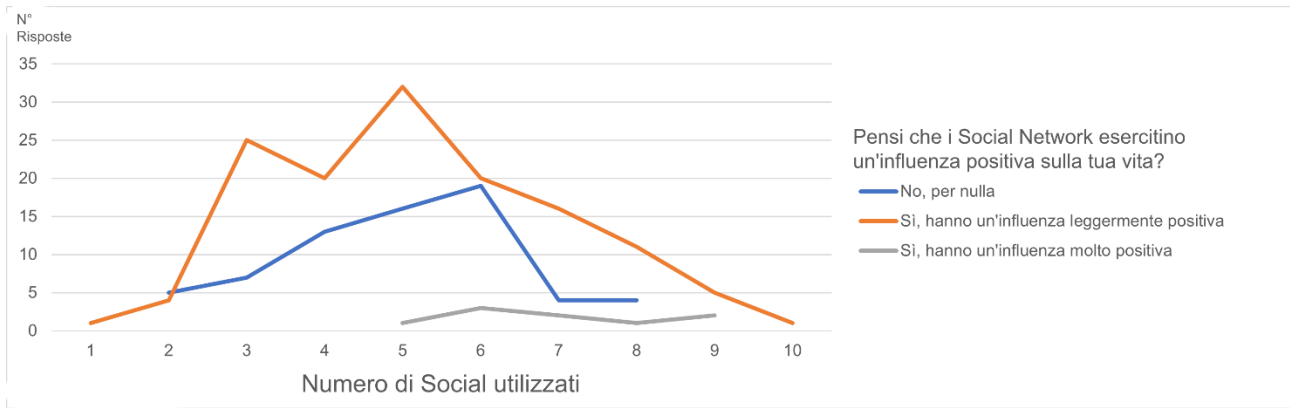
Nel secondo blocco del questionario, i partecipanti hanno risposto a domande focalizzate sui loro sentimenti nei confronti dei Social Network. In primis, è stato chiesto se percepissero una sensazione di dipendenza da SNS (Domanda 1) e se si sentissero mai sopraffatti o stressati da questi ultimi (Domanda 2). I soggetti si sono divisi abbastanza equamente nelle risposte: 115 di loro (54%) hanno dichiarato di non percepire una dipendenza, mentre 123 (57%) non si sentivano sopraffatti. I restanti 46% nella Domanda 1, e 43% nella Domanda 2, hanno fornito risposte affermative. La correlazione emersa tra queste risposte (0.45) indica una maggiore probabilità che un sentimento di dipendenza sia seguito da uno di sopraffazione, e viceversa. Allo stesso modo, abbiamo individuato una leggera correlazione tra il tempo di utilizzo e la percezione di dipendenza (0.21).

Successivamente, due domande hanno investigato l'opinione dei partecipanti sull'influenza positiva o negativa che ritengono i Social possano avere sulla loro vita (Grafici 6 e 7). 144 (67%) soggetti sostengono che i Social abbiano un'influenza positiva (135 hanno selezionato "leggermente positiva", mentre 9 "molto positiva"), mentre 70 (33%) ritengono che non abbiano alcuna influenza positiva. Al contrario, 156 (73%) partecipanti hanno sostenuto un'influenza negativa ("leggermente negativa" per 137, "molto negativa" per 19), e 58 (27%) non hanno individuato alcuna influenza negativa. Come possiamo intuire dai dati, queste risposte non sono mutuamente esclusive: diversi utenti hanno infatti dato risposta affermativa a entrambe le domande. Questo punto sarà esplorato nel capitolo 4, in cui verranno approfondite le interviste svolte. Inoltre, l'influenza negativa correla con la percezione di dipendenza (0.44), mentre forme di utilizzo come intrattenimento e informazione correlano leggermente con l'influenza positiva (rispettivamente, 0.13 e 0.16).



Grafici 6 e 7: percentuali delle risposte sull'influenza dei Social.

Inoltre, andando ad analizzare la relazione tra numero di Social Network utilizzati e influenza percepita di essi, emerge una correlazione leggermente positiva (0.12). E' più facile osservarla attraverso i Grafici 8 e 9: possiamo notare come i partecipanti che hanno preso fermamente posizione sull'influenza negativa dei Social Network siano iscritti a meno servizi di chi invece ne riconosce un impatto positivo.



Grafici 8 e 9: correlazione tra numero di Social Network utilizzati e opinione della loro influenza.

Infine, le ultime tre domande del Blocco si concentravano su desiderio e azioni intraprese per limitare l'utilizzo dei Social Network. L'89% del campione (191 rispondenti) ha dichiarato di volerne ridurre l'utilizzo (131 dichiarano di percepire il desiderio "ogni tanto", mentre 61 "spesso"). 169 partecipanti, inoltre, hanno affermato di aver intrapreso iniziative a tale scopo. Solo 52 di loro (31%), tuttavia, ne riconoscono il successo. Quando interrogati sui movimenti di Social Detoxing, la maggioranza non ne era a conoscenza (113 utenti) o ne aveva solo sentito parlare (86). 15 partecipanti erano invece informati sul tema. A livello correlazionale, abbiamo osservato due legami positivi per quanto concerne il desiderio di riduzione dell'utilizzo, rispettivamente con la sensazione di sopraffazione (0.40), e con le iniziative a tale fine (0.26). Sembra infine che l'età possa giocare un ruolo nella conoscenza di movimenti di Social Detoxing, data la leggera correlazione positiva (0.15).

### 3.3 Costruzione dell'intervista

Questi dati ci hanno consentito di ottenere uno sfondo empirico per la nostra ricerca, fondamentale per costruire un'intervista in profondità, condotta successivamente con i partecipanti che hanno acconsentito.

Abbiamo individuato 4 nuclei di discussione chiave, sui quali focalizzare il lavoro:

1. In primis, abbiamo ritenuto opportuno cominciare l'intervista concentrandoci sulla storia personale di utilizzo dei Social Network. Conoscere la storia del primo contatto con il mondo del web, insieme alle motivazioni che hanno portato all'iscrizione, ci permetterà di comprendere meglio i sentimenti e le opinioni che i partecipanti condivideranno nelle fasi successive. Riportiamo dunque le prime domande dell'intervista:
  - 1) Quando ti sei iscritto per la prima volta a un Social Network? Per quale motivo?
  - 2) Qual è stato il tuo percorso di utilizzo dei Social Network? Racconta la tua storia di scoperta, esplorazione e abbandono di Social Network.
2. Successivamente, il secondo nucleo mirava ad entrare nei dettagli di tempo e modalità di utilizzo dei SNS. Sebbene questi dati fossero stati già chiesti nel questionario, i partecipanti non avevano avuto modo di esprimersi al di fuori di risposte a scelta multipla. Abbiamo dunque voluto dar loro modo di espandere e rispondere con maggior chiarezza, permettendoli di riportare motivazioni e variabili che potessero influenzare questi dati:
  - 3) Quanto tempo passi sui Social Network? Come passi questo tempo sui Social Network, e come lo dividi tra le diverse piattaforme?
  - 4) Quanto lo trovi utile e quanto invece "sprecato" (e perché)? Argomenta.
3. Una sezione corposa dell'intervista è stata dedicata all'esplorazione del ruolo dei Social Network nella vita quotidiana e, in particolare, nelle relazioni interpersonali. Queste domande hanno concesso ai partecipanti l'opportunità di condividere sentimenti e opinioni strettamente

personali, oltre che esperienze di vita legate all'uso dei servizi Social. Attraverso le seguenti domande è stato dunque possibile investigare forme di attaccamento nei confronti dei SNS, oltre che avvicinarsi al tema dell'abbandono:

- 5) Abbiamo visto come molti partecipanti abbiano indicato un'influenza sia positiva che negativa dei SN sulla loro vita. Quali sono quindi i sentimenti, positivi e negativi, che provi nei confronti dei Social Network? Spiega perché secondo te hanno un'influenza positiva, negativa o entrambe.
- 6) Immagina e descrivi come sarebbe la tua esperienza quotidiana senza accesso ai Social Network. Quanto a lungo riusciresti a "sopravvivere" senza e in cosa incontreresti più difficoltà?
- 7) Che impatto, positivo e/o negativo, hanno i Social Network sulle tue relazioni? Trovi indispensabile il mantenimento delle relazioni attraverso di essi?
- 8) Provi una necessità di avere accesso costante ai Social Network per rimanere in contatto con le tue conoscenze?

4. I nuclei precedenti dell'intervista hanno naturalmente portato i partecipanti ad aprirsi sui propri sentimenti nei confronti dei Social. Le tre domande conclusive, pertanto, si sono concentrate sull'abbandono di Social Network. Oltre che introdurre nuove motivazioni ed esperienze, i partecipanti e l'intervistatore hanno avuto modo di riassumere e collegare quanto detto fino a questo punto, al fine di individuare i fattori maggiormente coinvolti nell'abbandono dei SNS.

- 9) In quale misura hai percepito il desiderio di abbandonare uno o più Social Network? Quali sono state le difficoltà e (se ne hai abbandonati) com'è stato il processo?
- 10) Tra i Social Network che utilizzi attualmente, provi il desiderio di abbandonarne uno o più, o ti senti soddisfatto della tua presenza online?
- 11) Quali fattori ti porterebbero ad abbandonare questi Social? Quali, invece, ti trattengono dal farlo?

Nel capitolo 4 verranno illustrati lo svolgimento e l'analisi delle interviste in profondità, con esplorazione dei temi emersi.

## Capitolo 4 – Interviste

### 4.1 Reclutamento dei partecipanti

Una volta conclusa la raccolta e analisi dei dati ottenuti mediante il questionario somministrato, abbiamo contattato i partecipanti disposti a svolgere un'intervista in profondità. 40 soggetti si sono detti disponibili all'intervista. Di questi, due non hanno fornito un recapito mail o telefonico per essere contattati, mentre una partecipante è stata esclusa dopo aver dichiarato di essere minorenni. Diversi non hanno dato risposta ai messaggi di reclutamento, portando il campione finale di intervistati a 14 partecipanti.

### 4.2 Metodo

Abbiamo concordato una data favorevole per lo svolgimento dell'intervista con ogni partecipante disponibile. Le interviste hanno avuto luogo in un arco temporale di due mesi, tra luglio e settembre 2023, al fine di accomodare le necessità di ogni partecipante. Date le varie città di residenza dei partecipanti coinvolti e possibili difficoltà logistiche, abbiamo deciso di condurre ogni intervista sulla piattaforma online Zoom. Agli intervistati è stato chiesto (ma non posto l'obbligo) di mantenere la webcam accesa, per poter replicare nei limiti del possibile le condizioni di un'intervista vis-à-vis.

Entrati nella stanza Zoom preparata dall'intervistatore, i partecipanti sono stati informati della procedura: inoltre, è stato comunicato loro che l'intervista sarebbe stata registrata al fine di essere

trascritta in forma anonima, e che nessuno avrebbe avuto accesso al file audio o video al di fuori dei relatori di questa tesi. E' stato infine chiesto ai partecipanti di confermare o ritirare il consenso per poter procedere con l'intervista. Tutti i soggetti coinvolti hanno aderito.

Le interviste svolte hanno seguito la struttura descritta nel capitolo 3 e hanno avuto una durata compresa tra i 20 e i 40 minuti, in linea con le aspettative e considerata adeguata ad approfondire efficacemente i temi prefissati.

Nei seguenti paragrafi, i soggetti verranno identificati attraverso un codice composto da: genere (Fe/Ma) – numero dell'intervista – età. Per esempio, alla prima ragazza intervistata sarà associato il codice "Fe01-23". Segue una tabella per indicare i dettagli dei 14 soggetti.

Genere	Numero Intervista	Età	Codice associato
F	1	23	Fe01-23
M	2	23	Ma02-23
F	3	19	Fe03-19
F	4	24	Fe04-24
M	5	20	Ma05-20
M	6	21	Ma06-21
F	7	25	Fe07-23
M	8	24	Ma08-24
F	9	23	Fe09-23
F	10	20	Fe10-20
F	11	24	Fe11-24
M	12	20	Ma12-20
F	13	18	Fe13-18
M	14	20	Ma14-20

*Tabella 1: Elenco dei partecipanti alle interviste.*

### 4.3 La fase di iscrizione ed esplorazione dei Social Network

In primis i partecipanti hanno narrato la loro “storia” con i servizi Social: hanno raccontato cosa li ha portati su queste piattaforme, in che momento delle proprie vite, e come si sono mossi da quel momento.

Quasi all’unanimità, i soggetti hanno indicato un periodo simile di prima iscrizione ai Social identificabile con l’inizio dell’adolescenza, intorno ai 12-13 anni. Non ricordando l’anno o l’età esatta, si sono spesso rifatti al periodo scolastico di riferimento, ovvero le scuole medie. Non sono mancate tuttavia persone al di fuori di questo range di età:

Non ricordo esattamente la data, ricordo che era MSN ai tempi che furono. Ero sicuramente alle medie. Forse addirittura anche prima, quindi scuola elementare. Ero tanto piccola, avrò avuto 10 anni. (Fe01-23)

Settembre 2017. Non mi sono iscritta da sola, nel senso che ero appena arrivata negli Stati Uniti e stavo iniziando il mio anno all'estero, in quarta superiore. Eravamo in gita con tutti gli altri Exchange Student. (Fe09-23)

Sovente gli intervistati hanno reso conto di una ragione principale dietro alla loro iscrizione: la spinta del gruppo dei pari. Non possiamo dimenticare che il campione con cui ci stiamo confrontando è composto di individui definiti nel capitolo 1 come nativi digitali, dunque cresciuti al fianco delle nuove tecnologie. In questo processo l’influenza dei pari era inevitabile: con pari intendiamo quei gruppi sociali legati da interessi, valori, età in comune che il giovane frequenta più o meno assiduamente nella sua adolescenza. E’ nei pari che il giovane ricerca la propria indipendenza e una propria identità, distaccandosi dal bambino che era: qui trova altri individui che stanno attraversando un simile cambiamento, con cui si innesca un processo di influenza reciproca. Tutto è al fine di

costruire la propria identità e superare le proprie insicurezze, per cui conformarsi alle scelte del proprio gruppo di riferimento diventa la norma, alla ricerca di supporto e approvazione.

Il primo deve essere stato Instagram nel primo anno di scuola superiore. Perché lo usavano un po' tutti e quindi per rimanere in contatto con la classe. Per riuscire meglio ad entrare nel gruppo classe. (Ma05-20)

L'ho fatto principalmente perché tutte le persone che conoscevo avevano un Social Media, quindi è stato fatto per lo più per rimanere aggiornato. Non volevo perdermi tutto ciò che veniva fuori nel momento in cui tutte le persone che conoscevo sapevano qualcosa, per non rimanere indietro. (Ma06-21)

Il desiderio e bisogno di restare al passo con i pari si rivela una potente forza motrice che ha guidato molti dei partecipanti nel compiere il primo passo e connettersi a un nuovo mondo, specchio e complementare a quello quotidiano affrontato di persona. La necessità non deriva solo dalla possibilità di integrarsi al meglio con il gruppo dei pari, come evidenziato da alcuni partecipanti, ma anche dal potenziale rischio di essere lasciati indietro. Di conseguenza, ciò si riflette nel loro percorso di Social Network scaricati successivamente, spesso influenzato dalla direzione presa dai propri compagni o pari.

Whatsapp alle medie per comunicare con i miei compagni. Instagram per sentirmi maggiormente connessa con il mondo, stare con gli altri. Ho usato TikTok per un periodo, ma perché i compagni delle medie e superiori la usavano, poi disinstallata. Poi avevo provato anche Snapchat in terza media, prima superiore. Ma poi è andata scemando, quindi ho disinstallato anche quella poco tempo fa. (Fe10-20)

Questo ci permette di introdurre un discorso di più ampio respiro. I soggetti intervistati raccontano di aver seguito le orme dei pari nel decidere quali mete (virtuali) raggiungere, ma il percorso tracciato da quel gruppo di pari difficilmente è stato casuale. Ulteriori influenze, da ulteriori gruppi, hanno creato una catena che ha visto una vasta popolazione muoversi da un Social Network all'altro, in determinati momenti. Non si parla più del singolo intervistato in questo lavoro, rispettivo gruppo di pari o i compagni di classe o scuola. Parliamo di un movimento che abbiamo voluto definire come "flusso migratorio" e che ha gradualmente coinvolto un'ampia popolazione.

Ne ho esplorati parecchi, credo sempre un po' per emulazione. Magari il compagno di classe in quel momento nominava quel social o in quel periodo era abbastanza di tendenza, quindi giustamente bisognava conformarsi. (Fe01-23)

Non ricordo quando smessi di usare MSN. Semplicemente tutti si spostarono su Facebook, quindi MSN venne abbandonato, senza volontà veramente di lasciarlo. (Ma08-24)

Possiamo trarre qui un paragone e definire nomade la popolazione digitale, così come a lungo lo è stata la specie umana. In questo caso, i movimenti si effettuano all'interno del web, alla ricerca di servizi e contenuti migliori, oltre che nuove possibilità di interazione.

I Social Network nacquero a cavallo del nuovo millennio: per motivi anagrafici, i nostri intervistati non hanno vissuto le origini del fenomeno e non hanno assistito ai primi spostamenti. Nonostante ciò, le loro testimonianze ci permettono di ricostruire e rivedere alcune tappe dell'evoluzione del Social Network. I più "anziani" citano come sito iniziale MSN, servizio dedicato quasi esclusivamente alla messaggistica. Da qui si sono spostati su Facebook, la nuova piattaforma di moda intorno al 2010, che integrava l'opzione di inviare messaggi privati in una struttura ben più espansa e ricca di contenuti. Alcune partecipanti, ad esempio, citano l'introduzione dei giochi nella piattaforma come motivo di iscrizione:

Nel 2009 mi sono iscritta a Facebook. E per quale motivo? Per giocare ai giochi. (Fe11-24)

[Facebook] All'inizio mi sembrava una cosa bellissima, soprattutto perché c'era anche la parte con i giochi e trascorrevi moltissimo tempo (1-2 ore al giorno). (Fe04-24)

Da qui, i partecipanti hanno poi individuato altri Social Network di tendenza negli anni a venire e che la maggior parte ha installato e provato personalmente, per poi decidere se mantenerli nella propria quotidianità o meno. Tra questi i più citati sono sicuramente Instagram, Twitter e TikTok, in linea con i dati raccolti nel nostro questionario. Nonostante esistano differenze fondamentali nelle strutture di tali piattaforme, che privilegiano una funzionalità rispetto ad altre (la condivisione di contenuti personali su Instagram, messaggi di breve lunghezza su Twitter e contenuti virali su TikTok), alla base è costante la possibilità di accedere a nicchie di contenuti potenzialmente interessanti per

chiunque, rendendo questi SNS maggiormente appetibili. Non vengono tuttavia esclusi altri siti meno di tendenza: una partecipante, per esempio, ha visto la sua vita digitale prendere forma grazie alle esperienze vissute su Tumblr:

[Tumblr] L'ho utilizzato per molto tempo, era uno dei miei preferiti. Su Tumblr ho conosciuto molte persone e altri social. Ad esempio Tic\*, che era uno di quelli che andava di moda principalmente in America tipo, Whatsapp, Solo che non serviva il numero di telefono. Quindi ho utilizzato quello per alcuni mesi principalmente per imparare meglio l'inglese o per mettermi in contatto con altre persone. Dopo di quello sono passata a Twitter, sempre tramite Tumblr. (Fe07-25)

Non solo l'influenza dei pari e la necessità di seguire una tendenza del momento, alcuni partecipanti hanno riconosciuto anche nei propri genitori un esempio importante che li ha guidati in questo mondo.

Mi sono iscritta per la prima volta nel 2011 a Facebook perché era una cosa che avevano tutti i miei famigliari e vedevo che passavano molto tempo sui social perciò pensavo fosse interessante capire questo “nuovo mondo”. (Fe04-24)

Così come i pari sono una prepotente influenza sugli atteggiamenti e decisioni dell'adolescente, i genitori mantengono la loro autorità. Osservare quindi la propria famiglia utilizzare nuovi strumenti come i Social Network ha conferito ai figli, tra i 12-15 anni e in piena adolescenza, una silente approvazione dell'utilizzo. A questo si unisce una generale mancanza di consapevolezza sull'uso e funzionalità dei Social Network, considerati territori inesplorati. In un periodo che generalmente i partecipanti hanno indicato tra gli anni 2010 e 2013, le restrizioni che la famiglia poteva applicare ad altre attività non venivano applicate alla navigazione Internet. Non mancano tuttavia gli intervistati che riconoscono l'intervento dei genitori nel limitare l'utilizzo delle nuove tecnologie, e i meriti delle diverse iniziative:

Ho fatto un uso abbastanza discontinuo anche per volere dei miei genitori o comunque di familiari, perché fin da quando ho fatto Facebook ho sempre avuto nella lista amici la zia, o piuttosto lo zio, rispetto ai genitori. Che, appunto, mi controllavano, adesso mi viene da

dire giustamente. Magari non era saggio l'uso che facevo a quell'età, perché comunque ero ancora tanto piccola. (Fe01-23)

Stava andando di moda Facebook. E volevo molto iscrivermi, ma mi è stato giustamente impedito fino a che non ho compiuto 14 anni. (Fe07-25)

Avevo ancora il telefonino della Samsung, un flip phone (cellulare a conchiglia), e solo quando sono andata alle superiori ho avuto il telefono nuovo. (Fe09-23)

A prescindere dalle influenze ricevute, i partecipanti concordano nell'individuare come motivazione comune la curiosità, l'interesse di esplorare un mondo completamente nuovo, non solo per loro ma anche per il resto della comunità che li circondava. Da qui, le loro esperienze si sono diramate in diversi modi e diversi luoghi virtuali, e di conseguenza le utilità che gli intervistati hanno individuato nei Social Network sono varie e da approfondire.

#### **4.4 Gli usi dei Social Network**

Introducendo le diverse modalità di utilizzo nel capitolo 1, si è distinto tra i producer e i consumer: rispettivamente, chi produce e pubblica contenuti all'interno di una piattaforma, e chi invece li consuma come fonte di intrattenimento, informazione o altro. Una terza categoria, quella dei prosumer, identifica coloro che alternano entrambe le attività all'interno dei Social Network.

I soggetti intervistati si sono distinti per una cultura d'utilizzo tipica del consumer: molti di loro hanno descritto il tempo passato all'interno dei Social come "passivo", rivolto alla visione di contenuti vari e spesso senza meta. Raramente hanno dichiarato di pubblicare personalmente contenuti, e in quelle poche circostanze rivelano di mantenere un profilo basso. L'utilizzo proattivo che ne fanno non è

dunque dettato dalla ricerca di fama e approvazione di un pubblico di massa, ma dall'espressione dei propri interessi e delle proprie attività a beneficio dei conoscenti.

A volte capita nei tempi morti di passare quei 15, 20 minuti guardando gli shorts, quindi proprio quei contenuti da cestino. (Fe10-20)

Su Instagram non faccio Stories, non posto. E' un mio essere aggiornata sulla loro (amici) vita, più che aggiornare loro sulla mia. (Fe09-23)

Il tempo lo gestisco in maniera abbastanza casuale: quando non ho niente da fare passo da un'applicazione all'altra, senza un vero e proprio motivo. Appena chiuso Instagram, apro un altro Social, e appena non ho niente da fare li chiudo e vado su un altro. Una volta finito lì magari torno su Instagram, anche se ci ero stato 2 minuti prima. (Ma06-21)

L'attività principale è quella che penso purtroppo ormai sia la più comune e la più diffusa. Sto lì a scorrere a spanne di tipo tre secondi, guardo una cosa, se dopo tre secondi non mi interessa, vado avanti e appunto non guardo immagini e video, principalmente perché appunto la piattaforma è questa. (Fe01-23)

In alcuni emerge la consapevolezza di uno schema comportamentale in balia dei Social Network. Lo riconoscono ma non riescono a evitarlo e fuggire dalla ragnatela che questi servizi tessono. Una partecipante in particolare, informatasi maggiormente su alcuni temi trattati da questo lavoro, fa riferimento a un termine specifico, ovvero "doomscrolling":

Se non ingaggio abbastanza col contenuto che sto visualizzando, lo considero inutile perché è solo un far passare il tempo, un doomscrolling. Quindi vado avanti solo per non pensare magari o per far passare il tempo. (Fe07-25)

La parola doomscrolling definisce un comportamento accentuatosi particolarmente durante la pandemia COVID-19: l'atto di scorrere notizie, o più in generale post sui Social Network, nonostante i contenuti negativi. Ciò è solitamente dettato dalla natura compulsiva dell'atto, ed è caratterizzato da un assorbimento tale da rendere impossibile distaccare lo sguardo dallo schermo.

I Social Network sono diventati un hub centrale per rimanere informati su fatti di cronaca in tutto il mondo, e di conseguenza si è esposti al fenomeno del doomscrolling quasi automaticamente e involontariamente. Sovente infatti l'informazione è stata un punto focale del discorso con gli

intervistati. Per molti di loro è una funzionalità fondamentale e che regola l'utilizzo quotidiano di questi servizi virtuali. La possibilità di pubblicare qualsiasi contenuto in qualsiasi momento rende i Social Network piattaforme perfette per la condivisione di notizie appartenenti a ogni ambito. Chiunque può infatti improvvisarsi giornalista e aggiornare i propri conoscenti su ciò che sta succedendo vicino a lui, anche dal lato opposto del globo. Allo stesso tempo, fonti di informazione storiche e autorevoli come i giornali cartacei hanno spostato parte del loro impegno sul web, per non essere tagliati fuori dalla corsa al reportage. Questo genera un'interessante dinamica che ha un impatto sulla qualità e veridicità dell'informazione online, che verrà approfondita successivamente.

Uso Twitter quando succede qualche fatto di importanza mediatica, quindi vado su Twitter per vedere come se ne parla in quella piattaforma. (Ma05-20)

Dal primo anno di università ho iniziato a usare Instagram anche come metodo di informazione, quindi seguendo delle testate giornalistiche piuttosto che dei canali che fanno informazione o dei giornalisti specifici. (Fe09-23)

Che sto utilizzando ancora c'è Twitter, ma quello lo uso principalmente per le notizie di attualità ad esempio. Mentre invece uso Reddit per informazioni un po' più specifiche, quindi ad esempio canali di tecnologie relative ai computer oppure meccanica in generale. (Ma14-20)

Al di là delle tre grandi macro aree che avevamo individuato attraverso il questionario (interazione, informazione, intrattenimento), alcuni soggetti hanno evidenziato degli usi pratici per i Social Network. Una partecipante, per esempio, ha avuto modo di lavorare sulla sua conoscenza della lingua inglese attraverso essi:

Ho utilizzato quello (Tumblr) per alcuni mesi principalmente per imparare meglio l'inglese o per mettermi in contatto con altre persone. (Fe07-25)

Un altro aspetto sottolineato da un ragazzo è quello di poter utilizzare il proprio profilo Social Network per accedere ad altri siti, e risparmiare tempo con le procedure di registrazione:

Ho usato Facebook solo in termini pratici. Era comodo connettersi a degli account attraverso Facebook, perciò anziché mettere sempre mail, password, cliccavi su “Continua con FB” e saltavi molti passaggi. (Ma06-21)

Altri partecipanti hanno sfruttato le potenzialità dei Social Network per poter scoprire nuove attività culturali, o promuovere la propria associazione:

Vedo se ci sono eventi che mi interessano, per esempio per andare a ballare in piazza, perché seguo vari gruppi di balli folk. Oppure se ci sono eventi o delle mostre. Quindi per attività culturali o se ci sono cooperative, qualche progetto, su cui informarmi. Eventi che magari possono accadere intorno a me e ai quali magari io posso anche partecipare. (Fe11-24)

Utilizzo Facebook per gestire la pagina dell'associazione in cui faccio volontariato. (Fe13-18)

L'uso su cui tutti, tuttavia, si sono trovati d'accordo e hanno citato, è quello della messaggistica. Non è certamente una sorpresa che l'interazione con altri soggetti sia emersa come funzionalità più ricorrente all'interno di servizi fondati proprio su di essa. Molti individuano nella possibilità di mantenere i contatti con conoscenze al momento distanti, da amici a famiglia, un vantaggio dei Social Network.

Principalmente uso WhatsApp per circa due, tre ore al giorno perché tutti i miei amici sono lontani, quindi mi tengo in contatto tramite quello. (Fe07-25)

Sono principalmente su WhatsApp per comunicare attraverso messaggi piuttosto che videochiamate, soprattutto con le persone che vivono a distanza. (Fe09-23)

Sicuramente il più utilizzato di tutti è WhatsApp, essendo appunto un'applicazione di messaggistica per parlare con chiunque, gruppi di amici, parenti. [...] Tra i vari messaggi, tra le varie conversazioni mandi o leggi un messaggio, poi spegni e riapri un altro messaggio. (Ma14-20)

E' interessante notare come molti partecipanti faticino a far rientrare applicazioni come WhatsApp (e di riflesso Telegram) nella definizione di Social Network. Viene tracciata infatti una linea che distingue tra servizi di messaggistica e Social Network in senso più generale:

[...] E se non contiamo anche le app di messaggistica come Whatsapp e Telegram che appunto sono quelle che uso di più, ma appunto per messaggistica. (Fe01-23)

I punti chiave della definizione di Social Network, illustrati da boyd ed Ellison nel 2007, sono: poter costruire un proprio profilo pubblico o semi-pubblico; articolare una lista di utenti a cui si è connessi; poter visualizzare questa lista. Le applicazioni di messaggistica come WhatsApp rispettano perfettamente questi punti, ma vengono categorizzate separatamente. L'interazione che avviene via messaggio viene forse vista diversamente dall'interazione via chat Instagram o Facebook, più incentrata sulla condivisione di altri contenuti.

Questo sembra avvenire perché si riconoscono ai Social Network quei servizi che offrono un agglomerato di funzionalità. Instagram, ad esempio, offre la possibilità di pubblicare o visualizzare foto e video condivisi da amici, così come da estranei; permette di visualizzare contenuti (Stories) che rimangono sulla piattaforma per sole 24 ore; consente di visualizzare e scorrere attraverso video di breve durata; commentare i contenuti visti oltre che poterli produrre in prima persona; e ovviamente comunicare con le proprie conoscenze. Al contrario, WhatsApp si specializza nella messaggistica, fornendo molte funzionalità utili a supporto di essa, ma senza espandersi al di fuori. Nell'immaginario dei partecipanti, WhatsApp si è sostituito nell'ultimo decennio ai classici SMS, con il vantaggio di basarsi sulla connessione Internet e non su un prezzo fisso per messaggio, rendendolo più conveniente.

Whatsapp invece è stato il modo principale di interagire con i coetanei nel periodo delle superiori perché era più semplice e meno costoso in confronto ad altre piattaforme come Chat-on o anche i soli SMS, che usavano tanti GB o i soldi della ricarica della SIM per inviare pochi messaggi. (Fe04-24)

## 4.5 Percezione della perdita di tempo

Ripartendo dalle funzionalità di messaggistica, i partecipanti spesso considerano utile proprio il tempo che dedicano all'invio di messaggi. Lo scambio continuo di messaggi attraverso la connessione Internet è diventato una costante nella vita di molte persone: è uno strumento utile a non perdersi gli ultimi aggiornamenti su vicende varie, mantenere il contatto a distanza, o semplicemente sentire una persona in qualsiasi momento. Il messaggio è infatti visto come meno invasivo di strumenti come la chiamata: mantiene quell'elemento di conversazione in tempo reale proprio della telefonata o dell'interazione faccia a faccia, ma permette anche di comunicare in modalità asincrona quando uno dei partecipanti è impossibilitato a rispondere nell'immediato.

Il tempo su WhatsApp non lo trovo sprecato sostanzialmente, perché è una connessione con l'esterno. Adesso i miei genitori sono in America e attraverso WhatsApp riusciamo a continuare a comunicare nonostante non ci vediamo comunque. Non possono chiamarmi perché appunto chiamando dall'estero pagherebbero un sacco di soldi. E quindi è anche un'alternativa, magari per vederci riusciamo con le videochiamate di WhatsApp. (Fe03-19)

E' abbastanza utile per non perdere i contatti, perché fa stare bene avere un contatto soprattutto con i miei amici. (Fe07-25)

E' quasi ironico sottolineare come le funzionalità maggiormente apprezzate e ritenute utili dei Social Network siano quelle alla base del telefono cellulare. La possibilità di telefonare, o mandare un messaggio, a chiunque in qualsiasi momento (a patto di avere ricezione) erano tra le pietre miliari di questa tecnologia. Alcuni soggetti sono arrivati a ricordarsi dell'esistenza di SMS e telefonate regolari solo dopo un input dell'intervistatore, realizzando come i Social Network li abbiano quasi completamente oscurati:

Sentirei la mancanza della comunicazione. Soprattutto perché, ad esempio, il mio ragazzo vive lontano da me, e quindi non abbiamo possibilità di scriverci lettere o altro, quindi sentirei questa difficoltà nel comunicare senza l'utilizzo di Instagram. (Fe07-25)

Addirittura, la possibilità di comunicare via SMS è preceduta dall'idea di spedirsi lettere a mano.

Come pensi che Whatsapp sia migliore e sostituisca in modo più efficace gli SMS o anche le chiamate, al punto da farti dire che verrebbe a mancare la comunicazione immediata? (Intervistatore)

È vero questo, ormai do per scontato che Whatsapp sia il modo per messaggiare in maniera più semplice, però effettivamente ci sono anche gli SMS, avendo quelli sarei soddisfatta. L'efficacia di Whatsapp è semplicemente perché nella mia testa usare Internet è più conveniente che non usare messaggi che vanno a scalarmi dal conteggio di messaggi che ho a disposizione gratis. Infatti per quello è diventato talmente diffuso che ormai è lo standard per comunicare. I messaggi vengono considerati spam, quasi non li leggo quasi più. (Fe07-25)

La capacità dei Social Network di imporsi come mezzi principali anche per le funzionalità basilari del cellulare si rifà a una questione economica (tanto che gli operatori mobili al giorno d'oggi preferiscono offrire un quantitativo maggiore di Gigabyte di Internet al mese, quasi ignorando gli SMS o i minuti di chiamata disponibili), così come a quel flusso migratorio a cui si faceva riferimento in precedenza: seppur due piattaforme possano avere lo stesso scopo, l'utente naturalmente tenderà a preferire quella in cui la maggior parte dell'utenza è già presente, o è migrata dalla precedente.

Un altro utilizzo in cui i soggetti hanno trovato utilità all'unanimità è quello della ricerca di informazioni. Come espresso in precedenza, nei Social Network si è evoluto il modo di fare informazione e accedere a essa. Ogni notizia è adesso ottenibile in qualsiasi momento su svariate piattaforme, senza vincoli temporali o logistici. Oltre alla cronaca, i SNS permettono anche di accedere a pagine di divulgazione scientifica, o di discussione riguardante temi caldi.

Seguo anche degli account che fanno informazione su tematiche come ambientalismo o anche tematiche sociali e razzismo, immigrazione eccetera. Quindi, nel momento in cui il tempo viene impiegato per raccogliere informazioni o comunque informarsi su queste tematiche, non penso sia sprecato. (Fe01-23)

Lo trovo abbastanza utile per quello che riguarda il lavoro e l'aggiornamento su notizie e novità di argomenti interessanti e che mi appassionano. (Fe04-24)

Su TikTok mi capita di andare proprio a ricercare determinate informazioni. Su cose che mi possono essere utili sia a livello di notizie, ma anche a livello personale. Per esempio, come fare una cosa o come fare una ricetta. (Fe13-18)

Questi sentimenti positivi, tuttavia, non si trasportano a un'altra area di utilizzo dei Social Network che avevamo individuato nel questionario: l'intrattenimento. E' sicuramente un risultato interessante, poiché su queste piattaforme le forme di intrattenimento sono molto diverse da quelle più classiche e che abbiamo imparato ad apprezzare nel corso in precedenza. Pertanto il settore maggiormente rivoluzionato dai SNS rispetto agli altri è anche quello che incontra maggiore resistenza e opposizione. In particolare, i nostri partecipanti non sembrano gradire il flusso senza fine di contenuti prodotti da altri utenti, e promossi dalle piattaforme al fine di aumentare l'engagement (quanto impegno e tempo si dedicano al Social).

Lo trovo spesso tempo sprecato, soprattutto su Instagram, perché capita che perda la cognizione del tempo che magari potrei impiegare per fare altre attività più stimolanti. (Fe04-24)

E' tempo un po' sprecato quando lo faccio solo per passare il tempo, anche se cerco comunque di guardare sempre video, documentari, o piccoli video informativi o di news del momento. Se non ingaggio abbastanza col contenuto che sto visualizzando, lo considero inutile perché è solo un far passare il tempo, un po' un doomscrolling, quindi vado avanti solo per non pensare. (Fe07-25)

Mi sento di dire che a parte Reddit e Twitter che effettivamente sono utili per me per informazioni che spesso e volentieri vado a cercare, Instagram è 95% tempo sprecato. E' raro che ci siano cose effettivamente utili, piuttosto che per ammazzare il tempo. (Ma14-20)

Parte degli intervistati non condividono a pieno questa visione in bianco o nero dell'utilità dei Social Network. Alcuni di loro, pur non negando di percepire lo scorrimento passivo di contenuti come una possibile perdita di tempo, vi trovano un aspetto positivo. Si interrogano infatti su dove si ponga il confine tra utile e inutile, tempo sfruttato e tempo sprecato. Si definisce utile solo se si è ottenuto qualcosa, che sia informazione, interazioni significative con altri, o può definirsi utile anche se aiuta a "staccare la spina", distrarsi da altro e rilassarsi?

Il tempo su Instagram potrei investirlo in altro. Sicuramente però è anche quel momento in cui non so, prendo il telefono, mi rilasso un attimo, magari dopo pranzo o dopo cena. Diciamo che è più un momento di relax. (Fe03-19)

Il confine è abbastanza labile perché se intendiamo utile come qualcosa da cui posso imparare, come ad esempio video di divulgazione, direi che (il tempo) è 30% utile, 70% sprecato. Se vediamo come utile anche staccare la spina da quello che sto facendo allora la percentuale dell'utile aumenta, perché anche prendersi una pausa per non fare niente a volte può essere utile. (Ma05-20)

Ci sono effettivamente dei momenti in cui non ho niente da fare. Ad esempio sono in stazione, aspetto. Sì, potrei trovare qualcosa di più utile, sicuramente potrei leggere, però è relativamente utile. Mi dà un qualcosa: a me piace andare in skate, guardo video di gente che spiega cose nuove, mi interessa e mi piace. (Ma12-20)

## **4.6 Influenza dei Social sulla propria vita**

Questo dibattito ci permette di entrare nel cuore pulsante dell'intervista, dedicato ai sentimenti dei partecipanti sui Social Network, e l'influenza che essi hanno. La divisione tra i soggetti rimane, ma appare evidente dalle loro testimonianze che l'impatto del flusso infinito di contenuti sia percepito come principalmente negativo.

A volte può essere positivo per distrarsi e rilassarsi dallo stress quotidiano, facendo provare per alcuni momenti gioia, divertimento. (Fe04-24)

Un altro aspetto positivo è che, banalmente, c'è intrattenimento sui social. Quindi ti può intrattenere in vari modi. (Fe11-24)

Il lato negativo è che sono uno strumento che richiede molto tempo da dedicare per ricavarne qualcosa di veramente utile. (Ma05-20)

Ti rendi conto di quanto sia tutto il tempo buttato via, sono comunque tanti contenuti che non ti lasciano niente. Provo un po' di vergogna perché ti rendi conto di essere un po'

raggirato dal sistema, di non essere in grado di decidere tutta la tua vita, ma che sono altri che decidono per te. Tu sei in balia di questo sistema. Non ti rendi conto di quanto sia una droga. (Fe10-20)

Da un lato dunque, un importante numero dei partecipanti si preoccupa della quantità di tempo speso all'interno dei Social Network. Possono essere utili, ma per trovare contenuti interessanti è necessario dedicare loro parecchio tempo che viene invece considerato buttato. E' insita nei soggetti una sensazione di disagio, guidata principalmente dal non avere completo controllo su ciò che consumano nel web.

D'altro canto, la possibilità di avere un'infinita dose di intrattenimento a portata di mano ha i suoi vantaggi. Di conseguenza gli intervistati sottolineano anche l'importanza di poter usufruire dei contenuti Social al fine di "staccare la spina", provare stati di gioia e allontanarsi dalla realtà. Alcuni di loro si sono in particolare focalizzati su quest'ultimo aspetto, evidenziandone i pericoli:

Penso che abbiamo principalmente una influenza negativa in quanto immergersi per troppo tempo in queste realtà che sono distanti dalla nostra persona ci fa perdere, allontanare dal sentire le nostre emozioni, diventa una via di fuga dal sentire emozioni e sentimenti della vita reale, con la conseguenza che poi non siamo più in grado di gestirle e comprenderle (soprattutto quelle più dolorose), e quindi ricercando ancora di più una via di fuga attraverso i social. (Fe04-24)

Si è talmente abituati a essere connessi, che diventa difficile capire come distinguere la realtà della fantasia. (Fe09-23)

La prima ragazza teme che un uso eccessivo dei Social Network sviluppi una certa apatia nei confronti della "vita reale". In particolare, è un circolo vizioso in cui la fuga dalla realtà allevia la persona da responsabilità e sentimenti negativi, portandola a volersi rifugiare nei Social ancor più a lungo. Il rischio diventa quello di rinnegare la realtà per paura di affrontarla. Se nella prima citazione vediamo ancora una distinzione marcata tra vita "reale" e vita "su internet", la partecipante successiva individua il rischio, diametralmente opposto, di non riuscire più a distinguere il reale dal non reale. Un tema comune è l'impatto del web su valori e principi sociali. Soprattutto le intervistate di genere

femminile non hanno nascosto la loro preoccupazione riguardo ai modelli di bellezza, spesso considerati “esagerati” e capaci di influenzare una quantità di ragazze non indifferente:

Sicuramente hanno cambiato un po' l'immagine standard della persona, e continuano a farlo. Ci sono persone che vedono Chiara Ferragni e pensano che Chiara Ferragni sia la persona “perfetta”, allora tutti devono essere come Chiara Ferragni, e secondo me questo è un problema. (Fe03-19)

Possono essere dannosi perché c'è una marea di contenuti, e parlo principalmente da donna, dannosi riguardo all'aspetto estetico. Comportamenti e atteggiamenti che devono essere mantenuti per essere la persona perfetta e che piace agli altri. Quindi quando approcci questi contenuti senza una mente più formata, un po' più consapevole di te stessa, sono molto, molto preoccupanti. (Fe07-25)

Una cosa invece molto negativa dei social network spesso è proprio quella dell'immagine corporea, come viene percepita sui social. E' un'influenza che io percepisco molto. E' una cosa che secondo me influisce molto negativamente, sia per ragazze più piccole di me, ma anche persone più grandi. (Fe13-18)

Con i Social Network è nata anche la figura dell' “influencer”. Per definizione sono personaggi pubblici che hanno ottenuto successo e popolarità grazie ai nuovi media, e sono in grado di influenzare scelte e decisioni di un ampio pubblico (i propri “follower”, o seguaci). Il loro impatto sui valori della società, oltre che a livello promozionale e commerciale non va sottovalutato, come sottolineato dalle nostre interviste. Con un tale livello di influenza basta dunque un singolo post per indirizzare il proprio pubblico verso specifici canoni di bellezza, comportamento, o altro. A questo si somma la tendenza creata all'interno dei Social Network di condividere principalmente contenuti positivi sulla propria vita. Si nascondono momenti di difficoltà al fine di non mostrare eventuali debolezze e trasmettere un'immagine positiva di sé. Ovviamente si tratta di una generalizzazione che non può essere applicata a tutti i frequentatori di Social Network. Tuttavia, è un aspetto portato alla luce in diverse interviste e che ha un'influenza significativa sull'umore dei partecipanti che ne hanno parlato.

E' importante ricordarsi che ognuno condivide solo quello che vuole far vedere. Una banalità? Io adesso sono in Germania in Erasmus e vedo le storie di tutti al mare in Italia. Adesso qua fa freddo, non è bellissimo e dico che bello, sono tutti in giro a divertirsi, io invece sono qui a scrivere la tesi. (Ma02-23)

Sicuramente i SN mostrano quello che vuoi far vedere, un lato di te che vuoi far conoscere a tutti. (...) Ma anche semplicemente pensando a una foto venuta male, non la si vuol far vedere perché è venuta male. L'impatto positivo è che, cercando di mostrare sempre il meglio di sé, ha portato a una maggiore apertura degli altri verso di me. Mi sono tolto quella parte del pregiudizio che poteva essere applicato su di me. Mentre la parte negativa è che, purtroppo, la vita non è soltanto di momenti belli, e vedere tutti che pubblicano i lati migliori di sé, può far stare male: "questa persona ha qualcosa in più di me, sta facendo questo". Genera invidia per qualcosa che non hai. (Ma06-21)

Lo stesso intervistato ha poi fornito un esempio di come ritenga necessaria una sensibilizzazione sull'utilizzo dei Social Network, e come gli utenti stessi che condividono contenuti possano aiutare a tal proposito:

Recentemente ho visto la storia IG di un mio amico, il quale avvisava che avrebbe pubblicato diversi momenti della sua vacanza, dicendo: "Non per questo dovete credere che io mi sia divertito in ogni momento della vacanza, dovete sapere che come tutti, ci sono stati momenti alti e bassi. Io voglio condividere i momenti belli senza che possa far male". Quindi, secondo me, servirebbe una sensibilizzazione da questo punto di vista, nella quale tutti quanti dicono "Non è sempre un giorno bello, mostriamo questi ma non dovete stare male perché noi stiamo bene", "Sto facendo le mie vacanze, questi sono momenti positivi che voglio condividere, non per questo dovete sentirvi male perché non li condividete con me". (Ma06-21)

L'attività sui Social Network, focalizzata sulla trasmissione di un'immagine positiva del sé, può portare gli utenti "spettatori" a essere ingannati. Senza un'adeguata consapevolezza, si può interpretare un'accurata selezione di contenuti come il vissuto reale della persona. Ciò comporta una sensazione di malessere in cui si desidera e invidia la vita apparentemente perfetta dell'altro.

La consapevolezza è un altro fattore centrale che influenza le modalità con cui si usufruisce dei Social Network, e di conseguenza i loro effetti sulle persone. Come sottolineato in precedenza, la generazione dei nativi digitali su cui si è concentrato questo lavoro è stata spesso libera di esplorare

i nuovi ambienti del web senza particolari restrizioni, e le generazioni precedenti non possedevano l'esperienza per regolamentarne l'utilizzo. Sono stati quindi i nostri partecipanti a scoprire rischi e possibilità dei Social Network. Alcuni di loro ricordano quel periodo e riconoscono quanto sarebbe stato importante per loro, soprattutto agli inizi, essere maggiormente consapevoli delle criticità di questi spazi. Ora desiderano poter condividere tale consapevolezza con le nuove generazioni per poter evitare che le esperienze negative vissute da loro si ripetano:

Secondo me entra in gioco un tema che non penso possa prescindere, che è quello dell'età. L'impatto negativo si ha in primis quando la persona che usa i social è una persona che non è in grado di capire quello che sta leggendo o quello che sta cercando. Diventa vittima di questo marasma, in alcuni social di più, in altri di meno. Magari ci sono delle persone non esattamente amichevoli o comunque bene intenzionate. Ci sono dei temi a cui si viene esposti da piccoli che poi indubbiamente vanno a modificare determinate visioni, vanno a modificare delle percezioni che si hanno rispetto al mondo. L'effetto negativo si ha quindi nel momento in cui la persona non è consapevole di quello con cui ha a che fare e quindi diventa vittima. (Fe01-23)

Non sai utilizzare certe piattaforme e non essendo conscio rischi tante gaffe. Secondo me non è adatto a quella fascia di età (scuole medie), non dico solo per me, ma in generale ho visto cioè tanti esempi, anche di prese in giro o meme che mi ricordo facevano su una ragazza alle medie. (Fe10-20)

Eravamo proprio in quel periodo in cui appunto non si non si sapeva niente, non si era abbastanza consapevoli di quello che accadeva online, quindi ero lasciata molto sola nel nell'approcciarmi a Internet. Con la consapevolezza di adesso ho avuto molti contatti con contenuti non proprio adatti alla mia età. Ad esempio, uno di quelli che mi ha influenzato di più è stato Tumblr, nel periodo 2014-2016, in cui giravano tantissimi contenuti su depressione, anoressia e autolesionismo perché andavano molto di moda. In quel momento specifico della mia vita, mi ha influenzato negativamente perché mi ha dato idee sbagliate su di me, sul mio corpo e sul corpo degli altri. (Fe07-25)

Al contrario di altri dispositivi multimediali come la televisione, non esiste un controllo parentale applicabile ai Social Network. Questo li rende un fiume infinito di contenuti che travolge l'utente. Solo successivamente si possono applicare filtri (decidendo per esempio di bloccare certe parole o "hashtag") per non ricevere suggerimenti relativi a un tema. Non è tuttavia un metodo efficace, in

quanto molti post possono sfuggire a questo controllo. Quando manca consapevolezza su come usufruire delle nuove tecnologie, risulta semplice incappare in contenuti non adatti alla propria età o a un momento particolare di vita. Inoltre, certi temi possono essere trattati o presentati in modo controverso e lacunoso, causando un impatto su persone sensibili a essi.

A questo proposito, i partecipanti hanno avuto molto da dire nell'ambito dell'informazione e divulgazione. Come abbiamo accennato nel paragrafo relativo agli usi dei Social Network, questi ultimi hanno rivoluzionato il modo di fare informazione e di accedervi. Se prima di Internet essa era legata a strumenti e momenti specifici della giornata (pensiamo ai giornali cartacei, le cui notizie si fermano alla notte; o ai telegiornali trasmessi in certe fasce orarie), attualmente la connessione al web è tutto ciò che serve per rimanere aggiornati sull'attualità. A prescindere dalla tipologia di informazione, essa diventa disponibile quasi immediatamente. E' un aspetto innegabilmente positivo che i nostri soggetti riconoscono e apprezzano.

Almeno parlando per la mia esperienza da studentessa fuorisede, non ho neanche una TV a casa, non posso guardare un TG. Quindi le notizie, le informazioni le prendo dai social e anche questo trovo sia molto positivo, anche per avere idea di cosa sta succedendo nel mondo al di fuori della mia vita, che è molto piccola e molto insignificante rispetto al contesto. (Fe01-23)

Di positivo c'è il fatto di avere accesso a un'informazione di fatto gratuita a cui tante persone magari non avrebbero accesso per diversi motivi. (Fe09-23)

Penso anche alla catastrofe del terremoto in Marocco che è arrivata sui social molto velocemente e poco dopo sui telegiornali. I social tendono appunto a essere molto più veloci, dato che si tratta di persone che vivono la cosa e ne parlano all'istante. (Ma14-20)

La struttura dei SNS, in cui ogni utente può condividere qualsiasi contenuti in rispetto dei termini di utilizzo, permette veramente a chiunque di condividere un'informazione ottenuta. Questo tuttavia porta con sé delle criticità.

È una base di partenza, ecco. Poi ci si informa con fonti magari più attendibili. Gli aspetti negativi, invece, sono un pochino lo specchio di quelli positivi, perché per esempio c'è un'informazione che magari può essere, banalmente, sbagliata. (Fe11-24)

Per quanto i partecipanti riconoscano la comodità di avere ogni informazione a portata di mano, sono anche consapevoli di non potersi fidare ciecamente della prima fonte. Ritengono spesso necessaria l'integrazione con account o siti specializzati per poter confermare una notizia. La rivoluzione dell'informazione ha portato infatti a diversi effetti collaterali. In primis si è creata una corsa al report: diventa fondamentale essere i primi a riportare un fatto per ottenere fama, notorietà e incrementare i propri seguaci. E' un fenomeno che esiste già da tempo, ma viene amplificato ulteriormente dalla natura istantanea della condivisione sui Social Network. Le conseguenze sono l'esclusione di qualunque informazione non strettamente necessaria, e l'utilizzo di titoli "clickbait", volutamente esagerati al fine di ottenere quante più visualizzazioni.

Inoltre diversi account si dedicano a un'informazione di parte, o addirittura alla diffusione di false notizie. I motivi che li spingono a tali atteggiamenti sono diversi e non al centro della nostra ricerca, ma a contare è l'impatto che possono avere sugli utenti che vengono esposti a questi contenuti.

E' pericoloso perché, appunto, l'informazione che si trova lì non è sempre corretta. Non c'è sempre fact checking. E' spesso basata più sulle emozioni che sulla realtà dei fatti. Quindi c'è una parte negativa che deriva da quello. (Fe09-23)

Un risvolto particolarmente positivo e che ha trovato l'apprezzamento pressoché unanime dei partecipanti riguarda le maggiori possibilità di divulgazione. I Social Network sono diventati piattaforme all'interno delle quali esplorare diverse nicchie, trovando gruppi dedicati a tematiche, hobby e quant'altro, ma anche profili di esperti che sfruttano questi spazi per diffondere le proprie conoscenze. Ciò che prima era accessibile in forma limitata è ora disponibile a chiunque ne voglia usufruire.

Mi permettono di entrare in contatto con argomenti che altrimenti non avrei possibilità di approfondire. O meglio, mi danno dei suggerimenti su argomenti da poi approfondire in un'altra sede, come possono essere articoli scientifici o cose del genere. (Ma05-20)

Li trovo allo stesso tempo molto utili per formarsi, ad esempio su nuove teorie, come le teorie del genere, temi come mascolinità, femminilità, sul conoscere nuovi mondi, nuovi modi di pensare nuove culture. (Fe07-25)

In determinati ambienti, quindi divulgazione scientifica, o nicchie di interessi particolari come cinema, fotografia, tende a essere un ambiente abbastanza positivo, quindi piacevole in cui stare, in cui interagire con altre persone. (Ma08-24)

Al contempo, i Social vengono visti anche come potenti strumenti per condividere e aumentare la consapevolezza su principi sociali, portando avanti la conversazione a riguardo. Sono spesso roventi le discussioni sulle prese di posizione di personaggi pubblici, o riguardanti i diritti umani. Gli intervistati individuano l'enorme potenzialità del web nel permettere a tutti di far sentire la propria voce, ma al contempo temono che questa si riveli un'arma a doppio taglio.

Sicuramente l'influenza positiva è data da diversi contenuti che hanno a che fare con dei principi sociali come l'uguaglianza e l'accettazione delle diversità tra persone. Noto però che sono anche un veicolo molto potente per diffondere odio, disprezzo, sentimenti negativi che a mio avviso hanno un impatto molto più grande rispetto a quelli positivi. Tutte le influenze positive vengono annullate anche solo da un commento, qualsiasi cosa negativa. (Ma06-21)

Sono nati tanti attivisti, tante cose che di cui magari si parlava poco hanno ricevuto attenzione. Mi viene ad esempio in mente l'eutanasia, dove sono state raccolte non so quante migliaia di firme anche attraverso i social, quindi ha sicuramente tantissimo di positivo. Di negativo c'è tutto quello che alla fine viene preso dalla società, e che esisteva anche prima dei social media, quindi che siano la disinformazione, che sia la propaganda, che siano le bolle di conferma. Razzismo, sessismo, omofobia, tutte quelle cose lì. Solo che sono amplificate molto più di prima, perché se prima le vedevi nel tuo piccolo, come il tuo comune, adesso le vedi su scala globale. (Fe09-23)

La sensazione generale è che i Social Network aumentino la portata di fenomeni sociali già esistenti, nel bene e nel male. Da un lato, espongono diversi utenti a temi importanti, aprendo le porte per la discussione e promuovendo iniziative di vario tipo. D'altro canto, la possibilità di confrontarsi in massa su un argomento inevitabilmente può causare frizioni e litigi. Data una differenza di veduta, il

confronto può raggiungere toni ostili, come raccontato da alcuni partecipanti che hanno vissuto esperienze negative a riguardo:

C'è un accanimento estremo nel difendere la propria idea come se qualunque opinione diversa o qualunque dubbio fossero un attacco personale. Spesso mi è capitato con dei commenti sotto alcuni argomenti di cronaca, di esprimere un dubbio su quello che diceva una persona. E da lì si accende una miccia, con vagonate di persone che rispondono. Partono insulti, offese, accuse, non solo a me ma anche ad altri che si uniscono. (Ma08-24)

## **4.7 Relazioni e attaccamento**

La modalità di utilizzo principale dei Social Network, già vista in precedenza, è indubbiamente l'interazione con altri utenti. La possibilità di connettersi con chiunque è stata al centro di queste piattaforme fin dalla loro nascita, evolvendosi costantemente. Non è dunque una sorpresa che sia citata da tutti gli intervistati come elemento focale della loro presenza online. E' stato spontaneo per tutti, posti di fronte alla domanda, affermare con certezza che la possibilità di interagire con le proprie conoscenze in qualsiasi momento abbia avuto un impatto positivo sulla propria vita e sulle relazioni interpersonali.

Magari ci sono persone che vedo che riesco a vedere poco per l'università o per altri motivi. E grazie ai Social Network riesco a tenermi in contatto con queste persone. E' molto più facile organizzarsi per vedersi. (Fe03-19)

Mi sono reso conto tornando a Instagram, che è quello che uso di più, che mi è utile per rimanere in contatto con diverse persone con cui magari non mi sentirai frequentemente, e amici con cui ho fatto delle esperienze in passato, limitate nel tempo e che non ci hanno permesso di creare un gruppo che riesce a incontrarsi con una certa costanza. (Ma05-20)

Emerge in modo particolare una tendenza di valutare i Social Network come strumento molto più utile nel contattare persone distanti, rispetto a coltivare relazioni con persone fisicamente vicine.

L'utilità anche in quest'ultima circostanza non viene ignorata: rifacendoci alle modalità di informazione attraverso il web, esso diventa anche un'opportunità per venire immediatamente a conoscenza degli ultimi sviluppi nelle vite dei propri amici. Viceversa, è anche un'occasione per condividere avvenimenti, sentimenti ed emozioni attraverso un post, visibile da tutti allo stesso momento. Risulta una modalità di comunicazione più efficiente rispetto alle alternative considerate dai partecipanti.

Riesco a restare collegata con persone che vivono lontane da me, con fusi orari diversi. Rende per me i rapporti più facili da mantenere. Inoltre la semplice chiamata fatta on-line non costa niente. Rende più facile ed economico il contatto. (Fe09-23)

L'altro lato della medaglia è portato alla luce da un paio di partecipanti, preoccupate dalle conseguenze di una comunicazione costante, in cui il proprio profilo online è sempre disponibile a ricevere messaggi.

Al contempo faccio però fatica a stare dietro ai messaggi, a rispondere e questo penso sia dovuto al fatto che ne ricevo davvero tanti al giorno, e poi effettivamente non leggo quello che viene scritto. Però sento questo bombardamento, mi rende difficile riuscire a ingaggiare in una conversazione, a continuare a mantenerla. (Fe01-23)

Il bisogno di essere immediatamente reperibili è una cosa che a me crea un po' di disagio perché molto spesso non voglio rispondere, non voglio guardare il telefono o non voglio avere una conversazione lunga. E invece, visto che è così facile scriversi, comunicare è richiesto essere sempre disponibili e sempre pronti a rispondere e a scrivere. Quindi questo e anche il controllo, visto che ci sono tante impostazioni per poter vedere chi è online o chi ha scritto, risposto, letto. Lo trovo negativo perché bisogna essere sempre pronti a scrivere ed essere controllati anche dall'altra persona. (Fe07-25)

Viene definito come un "bombardamento", un susseguirsi senza fine di stimoli e richieste di messaggi. L'avvento dei Social Network ha permesso a tutti di connettersi più facilmente e in qualsiasi momento, ma alcuni soggetti lo percepiscono come un obbligo, più che una possibilità. Il che crea un dualismo particolare, basandoci sulla seguente testimonianza:

Hanno un impatto positivo perché comunque sono abbastanza aggiornata su chi pubblica di più. La cosa negativa è che non so cosa succede nella vita di chi pubblica di meno. Però è giustamente una scelta personale. (Fe11-24)

Se da un lato abbiamo chi desidera di non dover essere sistematicamente collegato, dal lato opposto abbiamo anche chi denota le difficoltà nel relazionarsi con conoscenze che pubblicano una quantità di contenuti online minore. La ragazza in questione comprende come questa sia una scelta personale, ma non nasconde che sarebbe più facile rimanere aggiornati se tutti assumessero lo stesso atteggiamento, condividendo momenti delle proprie vite nei Social Network.

La base comune a entrambi i punti di vista è la necessità di essere perpetuamente presenti. Su questo tutti i soggetti intervistati si sono mostrati concordi: indipendentemente dalla propria volontà, è indispensabile per poter mantenere le proprie relazioni. E' un obbligo guidato dal timore di perdere il contatto con le persone più distanti, di rimanere esclusi dai circoli sociali frequentati e di non restare al passo con tutto quello che succede attorno a loro.

Per come funziona adesso il mondo, in alcuni casi credo sia indispensabile. Adesso è davvero difficile riuscire a trovare delle persone che non dico siano iper connesse, ma che quantomeno non abbiano quei 2-3 social un po' più famosi. Per come funziona adesso tutto è tutto molto frenetico e tutto molto di corsa. (...) Mi sembra il tutto molto influenzato da come va adesso il mondo, perché se io penso ai miei genitori, loro passavano anche 2, 3 mesi senza sentire famiglia, amici o altre persone, e vivevano lo stesso perché è forse qualcosa a cui noi non siamo abituati, e a cui faremo tanta fatica ad abituarci. (Fe01-23)

Se non usi i Social Network, questa pigrizia creatasi dal loro utilizzo fa sì che la maggior parte delle persone facciano fatica a spingersi oltre, organizzare un incontro o qualcosa per socializzare al di fuori di questa applicazione. (Ma08-24)

Quando la connessione viene a mancare, a prescindere dalla motivazione, si instaura dunque una forte paura. Stimolati a riflettere su come cambierebbe la loro vita quotidiana senza avere accesso ai Social Network, molti si sono immediatamente preoccupati di un'eventuale esclusione sociale.

Credo che sarebbe una situazione di isolamento sociale molto molto forte perché, volenti o nolenti, uno dei problemi principali dei Social Network è che ormai quasi tutti usano quasi solo quelli per interagire con altre persone. (Ma08-24)

Sicuramente ti senti tagliata fuori. Già non avendo più Instagram, spesso e volentieri mi sento tagliata fuori, perché magari esci col gruppo e capita di parlare di una foto vista su Instagram, che tu non hai visto. Sì, ti senti di perdere alcune cose. (Fe10-20)

Questa esclusione non si manifesta esplicitamente nell'allontanamento da qualsiasi attività di gruppo, bensì nel non rimanere al passo con tutti i fatti e argomenti pubblicati sui Social Network, e poi discussi nelle varie chat private o di gruppo. Data l'evoluzione della comunicazione grazie alle nuove tecnologie, gli intervistati percepiscono l'interazione via messaggio online come necessaria, sia come forma unica di mantenimento della relazione in casi di grandi distanze, sia come propellente e facilitatore della conversazione faccia a faccia. Un ragazzo, tuttavia, ha riconosciuto che pur vivendo sulla propria pelle la necessità di essere sempre disponibile online, questa si è rivelata essere anche un'occasione per comprendere la profondità di alcune relazioni interpersonali. Spiega infatti che, tra i vari legami che ha sviluppato, i Social Network gli hanno permesso di osservare chi lo considerasse una persona cara e importante, prendendosi l'impegno di interagire con lui. Viceversa, ha avuto modo di escludere dalla propria vita figure che lo trattarono con superficialità e disinteresse.

Ma togliendo un SN dal telefono, mi sono accorto che mentre io ritenevo necessario mantenere una relazione attraverso messaggi o altro, l'altra persona magari non era così interessata a mantenere il rapporto vivo. E' proprio questo che mi ha fatto capire che, magari, avevo sopravvalutato la relazione interpersonale che si era creata. Magari le relazioni interpersonali che mi servivano erano altre, piuttosto che alcune ritenute importanti. Nel periodo in cui una persona non ha un SN si capisce quanto si è importanti in una relazione, quanto una relazione sia importante. (Ma06-21)

Avendo avuto modo di confrontarci con diversi punti di vista durante le interviste, è stato interessante osservare un fenomeno comune a molti dei ragazzi: parlando dei Social Network, cercano spesso di operare una distinzione esplicita tra il "mondo online" e il "mondo reale", tentando di separarli in due entità non sovrapponibili. Quando però raccontano le proprie esperienze, sentimenti, o esprimono le

loro opinioni, diventa evidente come siano mondi interconnessi e che non possono più essere trattati separatamente. Il digitale è un portale di accesso ad altre sfaccettature del reale, e viceversa il reale si rifà sempre più a ciò che avviene nel digitale.

Nel capitolo 1 si era sviluppato il concetto di un rapporto di attaccamento nei confronti delle relazioni sociali e affettive accessibili attraverso i Social Network. Rimanere in contatto con le proprie conoscenze è fonte di sicurezza e comfort, mentre non averne la possibilità porta a condizioni di stress e malessere. Nelle dichiarazioni degli intervistati si rivede uno schema simile, in cui la connessione attraverso (principalmente) il telefono è ricercata, addirittura istintiva, e fonte di sollievo. Nei momenti in cui questa azione non è possibile, viene riportato un disagio generale.

Nel momento in cui sono con un'altra persona viene meno la tendenza di accendere il telefono, controllare o guardare. Se sono da sola, invece, questa cosa è molto più in enfasi. A volte mi rendo conto di passare fin troppo tempo anche fisicamente attaccata dal cellulare. Per esempio, adesso sono nella mia stanza. Se dovessi andare in cucina a bere un bicchiere d'acqua mi porterei il cellulare. Poi magari non lo uso, non lo accendo, però ce l'ho sempre dietro. (Fe01-23)

Il cellulare è fonte di sicurezza e tranquillità pur senza il suo utilizzo: sapere di averlo al proprio fianco, con pronto accesso a tutti i suoi contenuti e interazioni possibili, è sufficiente per approcciare altre attività senza preoccupazioni. Per certi versi, questo ricorda la Strange Situation: un esperimento legato alle forme di attaccamento in cui si osserva l'infante in diverse fasi di separazione dalla figura materna, e come la sua assenza impatta attività quali il gioco e l'esplorazione dell'ambiente circostante. Non possiamo ovviamente valutare le risposte dei nostri partecipanti attraverso i criteri di valutazione della Strange Situation, ma è comunque interessante e degno di nota come certi aspetti siano simili all'atteggiamento degli infanti con forma di attaccamento sicuro nei confronti del genitore. La separazione dallo smartphone crea uno stato di ansia e timore che si risolve una volta ricongiunti con l'oggetto.

Adesso che ho a disposizione il telefono mi rendo conto che, magari anche non pensandoci, lo prendo, lo sblocco e poi apro Instagram, anche solo per scrollare. (Ma02-23)

Ogni tanto mi accorgo che mi dà fastidio non poter accendere il telefono per rilassarmi perché è scarico, quindi devo aspettare che si carichi per guardarlo. Oppure perché l'ho spento con il timer e si accende tra 20 minuti, non posso accenderlo in quel momento. (Ma05-20)

Ho fatto dei giorni in vacanza a Cuba dove non c'erano connessione Internet, non c'erano i social, quindi l'ho vissuto (il distacco da Social Network) molto di recente. Ti svegli la mattina e la prima cosa che fai è prendere il telefono perché vuoi vedere certe informazioni. Vuoi vedere chi ti ha scritto. Vuoi vedere se magari è successo qualcosa e solo dopo ti ricordi di non potere, e metti via il telefono. (Ma14-20)

## **4.8 Abbandono dei Social Network**

L'ultimo blocco di domande dell'intervista puntava a esplorare le modalità e le motivazioni per cui i partecipanti avessero preso la decisione di abbandonare uno o più Social Network. Per poter comprendere questi fattori era prima necessario approfondire le loro esperienze personali e sentimenti nei confronti delle piattaforme web, trattate nei paragrafi precedenti.

Tutti gli aspetti toccati nel capitolo riemergono quando i ragazzi riflettono sul desiderio di lasciare o ridurre l'utilizzo di certi Social Network frequentati. Nonostante abbiano avuto modo di evidenziare diversi lati positivi dell'esperienza Social, tutti loro hanno parlato di almeno un momento in cui questo desiderio si è manifestato.

La motivazione maggiormente riportata dai soggetti è senza dubbio la sensazione di perdere tempo. Come riportato in precedenza, l'investimento di tempo richiesto dai Social Network viene spesso visto negativamente. Non sorprende dunque che molti ragazzi vorrebbero liberarsi almeno in parte da tale obbligo. Ciò è tuttavia ostacolato da conseguenze sociali come l'isolamento e la perdita di contatto.

Ho proprio sentito il bisogno di staccarmi da TikTok. Mi sono resa conto che ci stavo delle ore e c'era fatica a staccarmi fisicamente. Mi dicevo “guardo ancora due video e poi chiudo”, però guardavo due video, mi mettevo a fare altre cose, e poi riprendevo in mano un telefono perché mi arrivava un messaggio che stavo aspettando. Una volta ripreso in mano il telefono, ritornavo su TikTok e ci stavo un'altra mezz'ora. (Fe03-19)

Ho desiderato diminuire l'utilizzo per quelle che sono attività superflue, come ad esempio guardare video casuali che in realtà non mi suscitavano interesse. Quando ho notato questo spreco di tempo ho sempre deciso di limitare il tempo di utilizzo fino a non utilizzarli più. (Fe04-24)

L'ho percepito molto durante il periodo della pandemia e poco dopo perché mi ero resa conto che li utilizzavo veramente troppe ore al giorno e in maniera inutile. Mi dicevo che guardavo sempre i documentari o che mi tenevo informata, però in realtà era solo una scusa per me perché guardavo semplicemente video per far passare il tempo e non pensare ad altri impegni. (Fe07-25)

Abbiamo inoltre le testimonianze di un paio di ragazzi che, pur riconoscendo e ammettendo di passare forse troppo tempo all'interno dei Social, hanno deciso di non intraprendere alcuna iniziativa al fine di ridurre l'utilizzo. Affrontano la questione descrivendo queste piattaforme come “droghe” e non nascondono la consapevolezza di sentirsene dipendenti.

Non è un desiderio così etereo. Ogni tanto dico “Ma chi me lo fa fare di aprire qui e leggere ste robe? Io me ne vado”, però poi non me ne vado mai, quindi in realtà mi sentirei di dire di no. Sono sufficientemente soddisfatta, preso atto di tutti quegli aspetti negativi di cui mi rendo conto. Banalmente mi creano una sorta di dipendenza, e ne sono consapevole. (Fe01-23)

Sì, ne ho sentito la necessità e il desiderio. Ti rendi conto che stai buttando via tempo. Quando leggi di aver passato 3 ore su Instagram ti fai due domande. Capisci che avresti potuto lavorare, fare tutto il resto di attività che avevi da fare. Penso sia una consapevolezza. Sai che stai facendo una cosa nociva, che non porta niente di utile. Però non sto facendo niente per diminuire. Diciamo che ho trovato un equilibrio, penso accettabile. (Ma12-20)

Altri due partecipanti, al contempo, individuano nel costante “bombardamento” di notifiche una potente motivazione che li ha portati a ridimensionare il loro utilizzo dei Social Network. Stare al

passo con l'enorme quantità di contenuti e notizie online non è solo un'attività esosa in termini di tempo, ma anche di risorse cognitive richieste. Questi partecipanti riportano l'affaticamento derivante da ciò, e una di loro sottolinea anche l'importanza dei momenti detox, di disintossicazione, in cui si allontana dai continui stimoli dei Social Network.

Penso sempre che sarebbe molto utile fare dei periodi di detox proprio per essere un po' più connessi con quello che è di fatto astratto, spirituale. A me spesso arrivano i messaggi e ci metto magari un mese a rispondere. Non so, ho un blocco, non so neanche io come spiegarlo. Alle volte accumulo decine di chat su Instagram senza risposta, a cui so che devo rispondere, però ho appunto un blocco nel rispondere. E questo mi fa sentire molto sopraffatta. (Fe09-23)

Ho sentito di dover abbandonare perché cominciava a essere un po' invasivo, nel senso di notifiche continue. Infatti ricordo che avevo bloccato le notifiche perché continuavano ad arrivarne a caterva: "Una persona ha caricato questo, una persona ha caricato quello, è il compleanno di questo, è il compleanno di quell'altro". Ogni giorno ce n'erano tantissime. E allo stesso tempo se vai a bloccare le notifiche non sai mai quando qualcuno magari ti scriveva. Quindi io nel dubbio ho deciso di tagliare la testa al toro e l'ho disinstallato. (Ma14-20)

Altri soggetti hanno preso la decisione di abbandonare certi Social Network a causa di disagi personali provocati da essi, dati da diverse ragioni che abbiamo coperto nel capitolo precedente. In primis, i contenuti principalmente positivi pubblicati dai propri amici hanno portato un ragazzo a cancellare istintivamente un'applicazione.

Durante questo Febbraio, non passavo un bel periodo in generale e vedevo attorno soltanto persone felici, che si divertivano. Ho sentito la necessità di escludere questa parte negativa che danno i Social Network per ridimensionarmi e stare bene con me stesso. E' stata una decisione presa in un momento abbastanza istintivo. Ho disinstallato Instagram. (Ma06-21)

Nel caso di un altro ragazzo, la decisione è stata finalizzata dopo aver preso consapevolezza dell'atteggiamento prepotente di altri utenti online, e dell'impatto negativo che aveva sulla sua esperienza.

Se ricordo ancora il motivo, credo fosse un post di Selvaggia Lucarelli. Era orgogliosa di aver fatto chiudere una pagina di Facebook perché condivideva cose che a lei non piacevano. E io ricordo di aver pensato “E’ talmente comune, forte, preponderante in quasi tutte le interazioni che vedo su questi Social il volersi imporre sugli altri, questo modo di relazionarsi agli altri e di interagire”. Mi mise una tristezza assurda, per cui perché devo utilizzare qualcosa che mi rattrista? Quindi decisi di disiscrivermi. (Ma08-24)

Infine, la presentazione di modelli femminili eccessivamente standardizzati ha causato importanti difficoltà di immagine per una ragazza:

Ho disinstallato Instagram perché mi stava dando dei modelli femminili troppo standardizzati e troppo diversi da me, mi stava venendo proprio ansia sul mio corpo e ho detto “No, non ne voglio sapere di tutto questo”. Volevo eliminare quei pensieri come “il mio corpo è sbagliato” e così via. (Fe11-24)

La grande maggioranza dei partecipanti ha poi condiviso i passi compiuti per allontanarsi da piattaforme che ritenevano nocive per il loro benessere. Le modalità variano ampiamente, così come le motivazioni. Abbiamo già letto testimonianze di chi decise di disinstallare uno (o più) Social Network impulsivamente. Altri hanno adottato una strategia più graduale, riducendo lentamente il numero di ore trascorse nel web aiutandosi con applicazioni che mostrano questo dato, o che forzano la chiusura di un Social arrivati al limite di tempo preposto.

Quando ho notato questo spreco di tempo ho sempre deciso di limitare il tempo di utilizzo fino a non utilizzarli più. (Fe04-24)

Ho semplicemente smesso di seguire alcune pagine o profili che pubblicavano in maniera molto costante. Quindi eliminando la fonte principale di distrazione, mantenendo soltanto gli amici e qualche pagina di divulgazione. Ho eseguito una sorta di “decluttering” di ciò che seguivo e ho risolto così. Una volta finita la sessione (d’esami) ho ricominciato a seguire ciò che seguivo prima, ad eccezione di alcuni contenuti. (Ma05-20)

Nel processo ho messo nel mio telefono quello che era in pratica un massimale di quanto potessi usare determinate applicazioni, quindi i social. Avevo messo un limite all’inizio, che ho continuato ad abbassare fino ad ora. Vorrei continuare a ridurlo, però per ora va già bene così per me. (Fe13-18)

Un paio di soggetti sottolineano l'importanza di influenze altrui nel processo. Abbiamo già approfondito il ruolo delle figure parentali e dei pari in fase di iscrizione ai Social Network, ma possono avere un ruolo altrettanto rilevante in questo momento di distacco.

E' stato un abbandono temporaneo, sono poi tornata su quel Social eliminando tutti quei contatti che non reputavo benefici. È stato un allontanamento graduale, nel senso che, ci ho messo un po' prima di realizzare di essere dentro una dinamica. E per fortuna ho avuto la lucidità di parlarne con i miei genitori. Con mia madre, che si è subito mobilitata per andare a controllare l'uso che facevo, accendendo il Wi-Fi soltanto in alcune fasce orarie, quindi una forma di controllo genitoriale che ai tempi mi aveva dato un po' fastidio, di cui però adesso sono molto grata. Ed è stato difficile, perché da un lato avevo realizzato che era un qualcosa che mi faceva del male. Dall'altro lato però non volevo staccarmene. (Fe01-23)

Il processo è iniziato da una spinta che mi ha dato una mia amica che aveva allo stesso problema e quindi abbiamo iniziato a vicenda a metterci dei limiti di utilizzo di alcuni social. E' stato difficile, soprattutto perché questa mia amica aveva forse più difficoltà di me e quindi mi mandava costantemente video, foto, mi chiedeva di risponderle, mi chiedeva di visualizzare tutti i contenuti che mi mandava. Quindi anche se io riuscivo a trovare un'attività che mi distraeva dal telefono, ci ritornavo perché volevo rimanere in contatto con lei e avevo paura che se non se non avessi risposto immediatamente, si sarebbe stufata di scrivermi o di rimanere in contatto con me. (Fe07-25)

Un altro aspetto importante su cui ci siamo soffermati con gli intervistati riguarda le difficoltà incontrate nell'allontanarsi da un Social Network. Abbiamo osservato in precedenza le difficoltà date dal non avere accesso a questi servizi per periodi di tempo relativamente brevi. Per esempio, i partecipanti raccontavano del disagio nel non poter prendere in mano il telefono. Allo stesso tempo, un comportamento emerso è quello di aprire certe applicazioni senza un reale motivo, se non puro istinto. Ciò viene esacerbato durante un processo prolungato o definitivo come l'abbandono del Social, il quale viene cercato senza successo all'interno del proprio dispositivo.

In alcuni momenti prendevo il telefono, lo aprivo convinta di avere ancora TikTok, lo cercavo ma non c'era. A quel punto chiudi il telefono e torni a fare quello che stavi facendo prima. Non la chiamerei una difficoltà, ma più un'aspettativa di trovarsi qualcosa che non c'è. (Fe03-19)

Le difficoltà possono emergere anche nel compiere il primo passo e iniziare il percorso di allontanamento, come sostenuto da questa ragazza. Ha continuato infatti a fornirsi scuse per navigare nelle proprie piattaforme preferite, fino a quando non ha raggiunto un punto critico nell'utilizzo che l'ha spinta a muoversi con più decisione.

Erano mesi che pensavo di disinstallare Instagram, però mi inventavo scuse perché non ho solo il profilo tipo personale, ho anche altri profili, istituzionali o comunque per promuovere eventi sociali, quindi utilizzavo quella scusa. Avevo provato a ridurre l'utilizzo tramite il timer nell'applicazione di benessere digitale, ma magari anche mettendomi 10 minuti di Instagram al giorno entravo, facevo 10 minuti e si chiudeva l'app mentre stavo leggendo un post del Corriere. Quindi spostavo in avanti il timer, e questo loop è andato avanti per qualche mese, finché non ho detto basta. Vedevo le 3-4 ore al giorno e da lì ho disinstallato. (Fe10-20)

Un ultimo problema citato dai partecipanti è quello di dover identificare nuovi modi per interagire online con le proprie conoscenze, soprattutto quando si era connessi attraverso un unico Social Network.

C'è stata un po' di fatica perché ho dovuto avvisare le persone con cui avevo contatti, perlopiù tramite Facebook, che mi sarei disiscritto. Perciò avremmo dovuto continuare a sentirci su WhatsApp e questo è stato un po' un periodo di transizione. (Ma08-24)

L'ostacolo al contatto immediato si rivela essere anche un deterrente generale dall'abbandono delle piattaforme digitali. Al termine dell'intervista, infatti, i ragazzi hanno ponderato sulle motivazioni che impedivano loro di lasciare un Social piuttosto che un altro, e la necessità di rimanere in comunicazione con famiglia e amici emerge in primo piano. Come già discusso, l'iscrizione ai servizi online è per certi versi obbligata dalla presenza altrui, e di conseguenza abbandonare non sembra essere un'opzione.

Mi accorgo che Instagram è diventato un Social Network molto potente, e che in questo momento della mia vita non riuscirei ad abbandonarlo. (Per via della) comunicazione con le persone a distanza. Trovo necessario che ci sia una continua comunicazione con le altre persone. Magari alcune relazioni non sono così importanti, ma vorrei comunque capire se persone che non sento da tempo stanno bene o meno usando quindi la scusa di un post,

storia o commento, per scrivere alla persona e mantenere viva la relazione. Il SN ti dà la possibilità di scrivere e ricordarti delle persone nel momento in cui si attivano nella piattaforma. (Ma06-21)

Mi serve per sentire i miei genitori, dato che adesso sono fuorisede e non ho la famiglia vicino. Quindi è complicato da abbandonare. E troverei molta difficoltà anche per l'organizzazione delle faccende universitarie, mi può servire per confrontarmi con colleghi e amici. (Fe11-24)

Tuttavia, parallelamente all'interesse e volontà di interagire con i propri contatti, aleggiano nei partecipanti diversi timori legati al non essere attivi sui Social Network che gli impediscono di disiscriversi: esprimono infatti la paura di rimanere isolati ed esclusi dai gruppi frequentati.

Come riportato nelle seguenti citazioni, una ragazza in particolare menziona la “Fear Of Missing Out” (FOMO), “Paura di essere tagliati fuori”, definita in letteratura come un'esperienza in cui l'individuo sperimenta sentimenti negativi al pensiero di non partecipare ad attività piacevoli e gratificanti. In studi piuttosto recenti (Elhai, 2021), le componenti chiave della FOMO vengono identificate nell'ansia che altri possano vivere esperienze positive dalle quali noi siamo assenti, e il desiderio costante di essere connessi con gli altri attraverso i Social Network. Questi due punti coincidono con i racconti dei nostri soggetti durante le interviste.

Mi sentirei trattenuta da quella che viene detta FOMO, e quindi la paura di perdermi qualcosa che gli altri fanno e quindi essere esclusa dalle conversazioni che riguardano gli argomenti presenti sui social. (Fe04-24)

Mentre mi trattiene la paura di rimanere indietro su alcune novità, su alcune informazioni, anche semplicemente su alcuni trend, o contenuti che posso magari condividere, anche semplicemente per scambiare una chiacchiera per non sembrare una vecchia che non sa niente di quello che sta succedendo nel mondo di oggi. (Fe07-25)

Il non volermi sentire esclusa, cioè di voler sapere cosa succede intorno a me, sia nel mio piccolo che in generale. Cosa succede in questa nazione, ma anche nel mondo. Quello sì, è qualcosa che mi bloccherebbe tanto. (Fe13-18)

Non tutti si sentono tuttavia “costretti” a rimanere nei Social Network: gli ultimi soggetti che verranno citati frequentano avidamente queste piattaforme e non vi rinunciano per diversi motivi, ma

concordano nel trarne qualcosa di utile. Si distinguono su tutti l'intrattenimento e la possibilità di rilassarsi, oltre che l'accesso a canali di informazione.

Per alcuni aspetti sono utili. In primis la possibilità di informarsi, visto che non ho altro modo per farlo. Sono la mia unica fonte di informazione. E poi il fatto che effettivamente mi diverto. Anche stare lì a guardare magari dei video stupidi, è un qualcosa che per quella mezz'ora in cui mi metto lì mi si spegne il cervello, però forse anche qualcosa di cui ho bisogno, visto che sono costantemente impegnata. Spegnerlo totalmente il cervello è un qualcosa che forse è positivo e che mi spinge a continuare ogni sera per quella mezz'ora, a guardare queste cose. (Fe01-23)

Effettivamente quel pochino di distrazione di tempo, di tempo vuoto che si può riempire con Instagram, se gestito e tenuto sotto controllo, non è neanche così sgradevole. Per cui, come cosa passiva, accessoria e non fondamentale, va abbastanza bene. Non ne ho bisogno abbastanza al punto da non cancellarmi, ma non è neanche così brutto da farmi cancellare. (Ma08-24)

Mi piace anche scoprire nuove pagine di cooperative, lavori, o enti grandi, per esempio l'OMS. (Ma12-20)

## Conclusioni

L'obiettivo di questa tesi era studiare il rapporto tra l'individuo e i Social Network frequentati, comprendendone il legame di attaccamento creatosi. Abbiamo dunque esplorato le influenze positive e negative delle piattaforme Social, approfondendo anche il punto di partenza originale del lavoro, ossia il loro abbandono e le motivazioni che spingono a tanto.

Fin dalla fase di reclutamento dei partecipanti è stato chiaro che non avremmo avuto modo di confrontarci con i cosiddetti "eremiti", individui completamente assenti dal panorama digitale per scelta personale. Ascoltando i 14 ragazzi e ragazze che gentilmente si sono resi disponibili, è ora possibile comprendere a pieno i motivi per cui non abbiamo raggiunto nessun soggetto totalmente privo di Social Network.

In primis la paura dell'esclusione sociale, largamente trattata nel capitolo 4, impedisce a un gran numero di persone di allontanarsi dalle piattaforme web, indipendentemente dalla loro volontà. Inoltre, molto semplicemente, queste applicazioni offrono un agglomerato di funzionalità e servizi di cui non si può fare a meno, come l'accesso immediato a notizie, aggiornamenti ed eventi, e non di meno il contatto immediato con qualunque utente online. Anche mentre si dedica alla scrittura di questo paragrafo, il sottoscritto mantiene il telefono a portata di mano, consapevole che potrebbe doversi rendere disponibile in caso di un nuovo messaggio ricevuto.

La più grande conclusione che possiamo forse trarre dal lavoro svolto è proprio questa: l'irrinunciabilità dei Social Network, e l'impossibilità di scindere il mondo reale, fisico, dal mondo digitale. Abbiamo analizzato i dati emersi nel questionario, e riflettuto su ogni parola condivisa dai nostri partecipanti. Sappiamo quanti Social vengono utilizzati regolarmente dai 214 rispondenti, e quante ore al giorno in media ci dedicano. Sappiamo anche gli usi che ne fanno e l'influenza che hanno sulle loro vite. Comune a tutti è un fattore: nessuno rinuncia completamente ai Social Network.

Nel primo capitolo si è abbracciata la proposta di un legame di attaccamento tra l'individuo e l'insieme di relazioni sociali che vive, veicolato dai Social Network. Nelle parole degli intervistati sono riecheggiate le argomentazioni portate a supporto di questa visione, e che ci avevano allontanato dalla definizione di dipendenza: la percezione dell'inevitabilità e necessità di legarsi all'applicazione, la dimensione universale del fenomeno, così come i disagi emotivi causati dalla separazione.

Questo non significa tuttavia rigettare la possibilità che un soggetto sviluppi una dipendenza da internet e Social Network, o ne faccia un uso problematico: riteniamo che entrambe le visioni possano coesistere, e siano applicabili a situazioni e condizioni diverse.

Abbiamo ampiamente approfondito le ragioni che hanno portato i nostri partecipanti a rimanere o abbandonare i Social Network regolarmente frequentati, a partire dall'obbligo per mantenere le proprie relazioni. Tuttavia, ha particolarmente colpito questa riflessione di un ragazzo, al termine della sua intervista:

Ciò che mi trattiene è, non so se un'illusione o la realtà, di apprendere qualcosa. (Ma05-20)

Molti dei soggetti hanno in qualche modo dubitato dei meccanismi interni ai Social, dagli algoritmi all'affidabilità di ciò che si legge. L'idea che trovarne utilità attraverso pagine di divulgazione, informazione e quant'altro sia solo un'illusione è però interessante. Quanto effettivamente ricordiamo di ogni post visto durante le nostre sessioni su internet, e quanto invece dimentichiamo? E se l'apprendimento attraverso i Social Network è almeno in parte un'illusione, forse lo è anche la necessità di esserne iscritti.

Alcuni ragazzi si sono chiesti come sarebbe una realtà senza Social, non avendo vissuto gli anni precedenti al boom di queste piattaforme. Si chiedono se sia possibile vivere senza dopo averne fatto esperienza. Non sanno fornire una risposta certa, ma sanno che questa rimarrà solo un'ipotesi elaborata da una domanda dell'intervistatore. Chiusa la chiamata Zoom hanno probabilmente

controllato il proprio cellulare alla ricerca di notifiche mancate in quella mezz'ora, con una rinnovata consapevolezza che è un'azione da cui oggi sfuggire è complicato.

## Riferimenti Bibliografici

Ahn, J., e Jung, Y. (2016). The common sense of dependence on smartphone: A comparison between digital natives and digital immigrants. *New Media & Society*, 18(7), 1236-1256.

Baker, D. A., e Algorta, G. P. (2016). The Relationship Between Online Social Networking and Depression: A Systematic Review of Quantitative Studies. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(11), 638-648.

boyd, d. (2023, 19 Luglio). *Dear Alt-Twitter Designers: It's about the network!* zephoria.

boyd, d., e Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.

Clayton, R. B., Leshner, G., e Almond, A. (2015). The Extended iSelf: The Impact of iPhone Separation on Cognition, Emotion, and Physiology. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(2), 119-135.

Elhai, J. D., Yang, H., e Montag, C. (2021). Fear of missing out (FOMO): overview, theoretical underpinnings, and literature review on relations with severity of negative affectivity and problematic technology use. *Braz J Psychiatry*, 43(2), 203-209.

Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140.

Haferkamp, N., e Krämer, N. C. (2011). Social Comparison 2.0: Examining the Effects of Online Profiles on Social-Networking Sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(5), 309-314.

Hall, J. A., Xing, C., Ross, E. M., e Johnson, R. M. (2021). Experimentally manipulating social media abstinence: results of a four-week diary study. *Media Psychology*, 24(2), 259-275.

Hoffner, C. A., Lee, S., e Park, S. J. (2016). "I miss my mobile phone!": Self-expansion via mobile phone and responses to phone loss. *New Media & Society*, 18(11), 2452-2468.\*

Istituto Superiore di Sanità. (2023, 2 Marzo). *Social Media Addiction*.

Lee, H., Lee, H. E., Choi, J., Kim, J. H., e Han, H. L. (2014). Social Media Use, Body Image, and Psychological Well-Being: A Cross-Cultural Comparison of Korea and the United States. *Journal of Health Communication, 19*(12), 1343-1358.

Lee, U., Yang, S., Ko, M., e Lee, J. (2014). Supporting temporary non-use of smartphones. In *CHI14 Workshop: Refusing, Limiting, Departing: Why We Should Study Technology Non-Use Workshop*.\*

Lepp, A., Barkley, J. E., e Karpinski, A. C. (2014). The relationship between cell phone use, academic performance, anxiety, and Satisfaction with Life in college students. *Computers in Human Behavior, 31*, 343-350.

Li, J., Pearce, P. L., e Low, D. (2018). Media representation of digital-free tourism: A critical discourse analysis. *Tourism Management, 69*, 317-329.

McCarthy, D., e Saegert, S. (1978). Residential density, social overload, and social withdrawal. *Human Ecology, 6*, 253-272.

McIlwraith, R., Jacobvitz, R. S., Kubey, R., e Alexander, A. (1991). Television Addiction: Theories and Data Behind the Ubiquitous Metaphor. *American Behavioral Scientist, 35*(2), 104-121.

Moe, H., e Madsen, O. J. (2021). Understanding digital disconnection beyond media studies. *Convergence, 27*(6), 1584-1598.

Morrison, S. L., e Gomez, R. (2014). Pushback: Expressions of resistance to the “vertime” of constant online connectivity. *First Monday, 19*(8).

Neves, B. B., de Matos, J. M., Rente, R., e Martins, S. L. (2015). The ‘Non-aligned’: Young People’s Narratives of Rejection of Social Networking Sites. *YOUNG, 23*(2), 116-135.

Paasonen, S. (2021). *Dependent, Distracted, Bored: Affective Formations in Networked Media*. MIT Press.\*

Park, M. S., Shin, J. K. e Ju, Y. (2015). A Taxonomy of Social Networking Site Users: Social Surveillance and Self-surveillance Perspective. *Psychology & Marketing*, 32(6), 601-610.

Piper, B., Lindsey, A., e Dodd, M. (1987). Fatigue mechanisms in cancer patients: Developing nursing theory. *Oncology Nursing Forum*, 14(6), 17-23.\*

Ravindran, T., Yeow Kuan, A.C. e Hoe Lian, D.G. (2014). Antecedents and effects of social network fatigue. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 65(11), 2306-2320.

Ribak, R., e Rosenthal, M. (2014). Non-use as ambivalence: Conceptualizing smartphone resistance. In *CHI14 Workshop: Refusing, Limiting, Departing: Why We Should Study Technology Non-Use Workshop*.

Scarcelli, C. M. (2019). Lo smartphone oltre la dipendenza, in Druisian, M., Magaudda, P., e

Scarcelli, M. (2019). *Vite interconnesse. Pratiche digitali attraverso app, smartphone e piattaforme online*, Meltemi, Milano\*

Starri, M. (2023, 9 Febbraio). *Digital 2023 – I dati italiani*. We Are Social.

Stella, R. (2022). *Astinenze. Ragazzi e ragazze per 7 giorni senza web*. Format Edizioni.

Stieger, S., e Lewetz, D. (2018). A week without using social media: Results from an ecological momentary intervention study using smartphones. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(10), 618-624.

Syvertsen, T., e Enli, G. (2020). Digital detox: Media resistance and the promise of authenticity. *Convergence*, 26(5-6), 1269-1283.

Tromholt, M. (2016). The Facebook experiment: Quitting Facebook leads to higher levels of well-being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(11), 661-666.

Wyatt, S., Thomas, G. e Terranova, T. (2002). They came, they surfed, they went back to the beach: Conceptualising use and non-use of the Internet. In S. Woolgar (ed.) *Virtual Society? Technology, Cyberbole, Reality*. Oxford, Oxford University Press, 23-40.

Xiao, L., Mou, J., e Huang, L. (2019). Exploring the antecedents of social network service fatigue: a socio-technical perspective, *Industrial Management & Data Systems*, 119(9), 2006-2032.

Zhang, S., Zhao, L., Yaobin, L., e Yang, J. (2016). Do you get tired of socializing? An empirical explanation of discontinuous usage behaviour in social network services. *Information & Management*, 53(7), 904-914.